

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **15** (91) 2010

видається 2 рази на рік

Харків · ХНЕУ · 2010

Засновник і видавець ХНЕУ.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 5948 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 2 від 18.10.2010 р.

Редакційна колегія

Пономаренко В. С. — докт. екон. наук, професор (головний редактор)

Афанасьєв М. В. — канд. екон. наук, проф.

Внукова Н. М. — докт. екон. наук, проф.

Грігорян Г. М. — докт. екон. наук, проф.

Гриньова В. М. — докт. екон. наук, проф.

Дікань Л. В. — канд. екон. наук, проф.

Дороніна М. С. — докт. екон. наук, проф.

Іванов Ю. Б. — докт. екон. наук, проф.

Кизим М. О. — докт. екон. наук, проф.

Клебанова Т. С. — докт. екон. наук, проф.

Левикін В. М. — докт. техн. наук, проф.

Малярєвський Ю. Д. — канд. екон. наук, доц.

Назарова Г. В. — докт. екон. наук, проф.

Орлов П. А. — докт. екон. наук, проф.

Пушкар О. І. — докт. екон. наук, проф.

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

Тридід О. М. — докт. екон. наук, проф.

Українська Л. О. — докт. екон. наук, проф.

Хохлов М. П. — докт. екон. наук, проф.

Ястремська О. М. — докт. екон. наук, проф.

(заступник головного редактора)

Поштова адреса

засновника і видавця:

61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61001, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

Зав. редакції **Сєдова Л. М.** (057)758-77-05

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Замазій О. Є.**

Дуднік О. М.

Лященко О. Г.

Комп'ютерна верстка **Гаврілейченко А. А.**

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 18.10.2010 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 18,0. Обл.-вид. арк. 22,68. Тираж 500 прим. Зам. № 745.

Ціна договірна.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи.

© Харківський національний
економічний університет, 2010

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2010

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЛИЗИНГОВЫЕ УСЛУГИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УКРАИНЫ

Аннотация. Произведена оценка уровня и объемов предоставления лизинговых услуг в Украине и определены возможные пути их повышения.

Анотація. Проведено оцінку рівня та об'єму надання лізингових послуг в Україні та визначено шляхи їх підвищення.

Annotation. The level and volume of granting leasing services in Ukraine has been analyzed and possible ways of its increase has been given.

Ключевые слова: лизинговые услуги, мировой рынок лизинга, лизинговая активность.

В условиях развития рыночных отношений в Украине и острой необходимости реконструкции устаревшей материально-технической базы производства особое значение в практической работе по структурной перестройке экономики страны приобретает лизинг как форма предпринимательской деятельности, более полно отвечающая требованиям научно-технического прогресса и гармоничного сочетания частных, групповых и общественных интересов. Лизинг позволяет при финансовых затруднениях преодолеть отчуждение инициативных работников от новейших технологий и современного оборудования.

Законом Украины "О лизинге" дается следующее определение лизинга: "Лизинг – это предпринимательская деятельность, которая направлена на инвестирование собственных или привлеченных финансовых средств и состоит в предоставлении лизингодателем в исключительное пользование на определенный срок лизингополучателю имущества, являющегося собственностью лизингодателя или приобретаемого им в собственность по поручению и согласованию с лизингополучателем у соответствующего продавца имущества, при условии уплаты лизингополучателем периодических лизинговых платежей" [1].

Изучением теории лизинга занимались такие иностранные ученые: П. Винклера фон Моренфельс, Г. Верлен, Г. Келер, К. Канарис, Х. Кох, К. Ларенц, У. Магнус, Я. Шапп, Р. Штединг, У. Хюффер и др.; среди отечественных ученых следует выделить: Белоуса А. П., Васильева Н. М., Газма на В. Д., Горемыкина В. А., Иванова А. А., Кабатову Е. В., Комарова В. Ф., Павлодского Е. А., Прилуцкого Л. Н., Смирнова А. П., Середина В. П. Однако вопрос активизации лизинговых услуг в международной экономической деятельности Украины остается все же открытым.

Лизинг в мировой экономике занимает второе место по объемам инвестиций после банковского кредита, потому что он является одним из наиболее прогрессивных методов материально-технического обеспечения производства и открывает пользователям широкий доступ к передовой технике и технологиям.

Лизинг в мире является основным инвестиционным инструментом, на долю которого на протяжении многих лет приходится около 30 % инвестиций в оборудование.

Динамика предоставления лизинговых услуг (ЛУ) на мировом рынке за последние четыре года показывает, что в 2007 году по сравнению с 2006 годом объемы лизинга возросли на 56 %, с 220 млрд долл. США до 343,2 млрд США. Объем новых договоров в 2007 году составил 89 628, что на 32 195 договоров больше, чем в 2006 году. Однако с 2008 года начинается явный спад рынка лизинга в общемировом масштабе. По сравнению с 2007 годом спад объемов ЛУ составил на 160 %. В 2009 же году также наблюдается небольшой спад. Однако уже в первом квартале 2010 года ситуация начинает немного стабилизироваться.

Основными тенденциями мирового рынка лизинга в последние годы являются:

1. Рост рынка лизинга оборудования практически стабилен (темпы за последние 3 года от 7,6 % до 9,42 % за год).
2. При росте объемов лизинг оборудования "удлиняется" в целом (увеличивается число сделок длительностью от 5 до 10 лет и более 10 лет).
3. Все категории пользователей увеличивают лизинг оборудования.
4. При этом возрастает количество пользователей в промышленности: поскольку доля оборудования в общей структуре лизинга — около 23 %, а доля лизингополучателей промышленных предприятий — порядка 31 % [2].



Развитие лизингового рынка в Украине обусловлено неблагоприятным состоянием парка оборудования. Износ основных фондов составляет до 87 % (по официальным данным — от 50 до 60 % для разных отраслей).

В этих условиях лизинг для многих украинских предприятий, выпускающих промышленную продукцию, может стать одним из реальных источников приобретения средств производства, с другой стороны, это один из путей диверсификации деятельности банков и финансовых компаний.

Также лизинг может стать основой развития малого и среднего бизнеса в Украине, так как открывает этим предприятиям, которые не располагают средствами для покупки оборудования, огромные финансовые возможности для развития. Так, осуществление лизинговых операций привлекло бы дополнительные иностранные инвестиции в виде оборудования, сельскохозяйственной техники, транспортных средств и др.

Рынок лизинга в Украине представляют более 200 юридических лиц, но реально занимаются лизингом гораздо меньше компаний. 80 % рынка лизинга в Украине принадлежит 30 лизинговым компаниям, в числе которых – автопроизводители, крупные банковские и международные бренды.

Проанализируем структуру предоставления лизинговых услуг по объектам лизинга. Лидирующие позиции занимает транспорт. Так, по итогам 3 квартала 2009 г. среди всех договоров финансового лизинга преобладали договоры в отрасли транспорта (56 %). С большим отрывом идет сельское хозяйство (13 %), строительство (13 %) и сфера услуг (6 %) [3, с. 56–62].

Далее рассмотрим динамику предоставления лизинговых услуг в Украине за 2006 – 2009 гг. (рисунок).

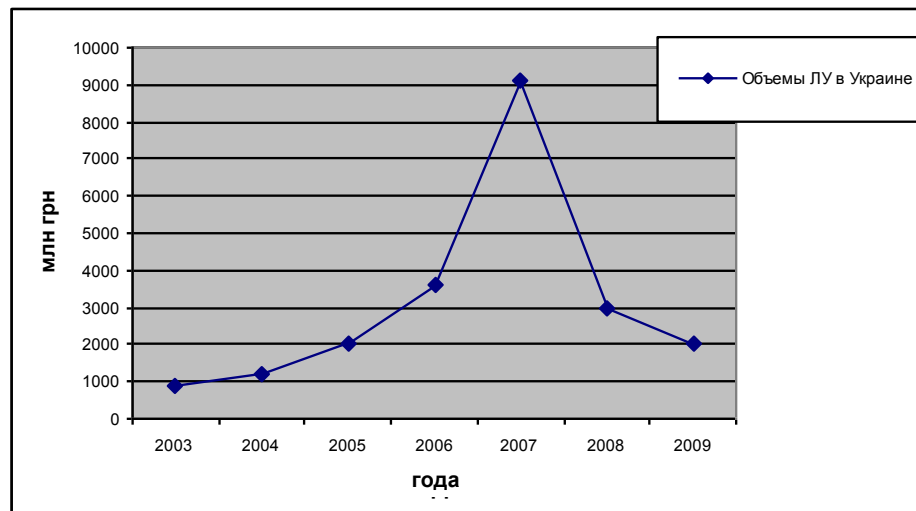


Рис. Динамика предоставления лизинговых услуг в Украине

Данные свидетельствуют о достаточно стабильном росте объемов лизинга с 2003 по 2006 гг. В 2007 году наблюдается скачок рынка лизинга, рост на 250 % по сравнению с 2006 годом. Далее наблюдается спад объемов предоставления лизинговых услуг, что связано с мировым экономическим кризисом и неплатежеспособностью лизингополучателей [2].

Итак, видно, что данные тенденции совпадают с общемировыми. Однако, по объемам предоставления лизинговых услуг, Украина все же значительно отстает от показателей развитых стран.

Во многом снижение лизинговой активности на Украине связано с общей макроэкономической ситуацией, проблемами определения кредитоспособности партнеров и с адекватностью финансового обеспечения лизинговых сделок, а также недостатком дешевых финансовых ресурсов у некоторых украинских лизинговых компаний.

К числу проблем, значительно препятствующих развитию лизинга, также можно отнести следующие:

1. Противоречия и терминологическая неопределенность во многих законодательных актах и нормативно-правовых документах, регулирующих лизинговые операции, несовершенство принципов бухгалтерского учета.

2. Некорректное определение самого понятия лизинга в Законе "О лизинге", которое неоправданно увеличивает сроки лизинговых контрактов. Закон содержит целый ряд противоречивых норм относительно того, является ли приобретение имущества по договору финансового лизинга обязанностью или же правом лизингополучателя.

3. Сроки договоров финансового лизинга строго привязаны к нормам амортизации определенной части стоимости объекта лизинга.

4. Определение субъектов лизинговой сделки, согласно украинскому законодательству, ограничивает возможность увеличения количества ее участников, отсутствует институт сублизинга.

5. Невозможность для лизингодателя выделить НДС, уплаченный при покупке объекта лизинга и возместить его из бюджета, что искусственно увеличивает стоимость объекта финансового лизинга для лизингополучателя и сумму финансирования для лизингодателя. Также существует неясность базы налогообложения НДС при переходе права собственности в конце срока финансового лизинга.



6. Возможность чрезмерного налогообложения лизингодателя налогами на доход, а также авансовых платежей лизингополучателя.

7. Таможенные барьеры (НДС на ввозимое оборудование, таможенные пошлины).

8. Отсутствие развитой инфраструктуры лизингового рынка.

9. Слабая государственная поддержка, отсутствие налоговых льгот, в том числе для структур, готовых предоставить долгосрочное кредитование [4, с. 34–37].

Для развития лизинга дополнительный толчок дадут: широкое привлечение иностранных инвестиций; предоставление платежных льгот при временном ввозе оборудования; предоставление лизингодателю налоговых льгот при покупке отечественного оборудования; использование иностранной помощи не на закупку оборудования, а на лизинг, приводящий к экономии валюты, использование оборудования в отечественных условиях, его своевременному ремонту и обслуживанию; создание лизинговых отделов и дочерних компаний при машиностроительных заводах; при развитии рынка недвижимости и падения цен на нее – создание компаний по лизингу недвижимости; использование лизинга на компенсационных условиях для переработки отечественного сырья. Также необходимо минимизировать риски, которым подвергается лизингодатель, используя различные методы страхования.

Научн. рук. Серпухов М. Ю.

Литература: 1. Закон Украины "О финансовом лизинге" от 16.12.1997 г. № 723/97 – ВР, в редакции Закона от 11.12.2003 г. № 1381-IV [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.ua. 2. Государственный комитет статистики Украины. – Режим доступа : <http://ukratat.gov.ua>. 3. Бугайчук А. В. Лизинг: экономика-правовая сущность / А. В. Бугайчук // БизнесИнформ. – 2009. – № 16. 4. Белов А. Лизинг во внешней торговле / Л. Белов // Внешняя торговля. – 2009. – № 5.

УДК 338.46(447)

Барчо С. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. Аналізується сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку послуг у міжнародній економічній діяльності України.

Анотация. Анализируется современное состояние, проблемы и перспективы развития рынка услуг в международной экономической деятельности Украины.

Annotation. The current condition of Ukrainian services market, its problems and prospects in the international economic activities of Ukraine are analysed.

Ключові слова: міжнародний ринок послуг, експорт послуг, імпорт послуг, географічна структура імпорту послуг, географічна структура експорту послуг, стратегія стабілізації, стратегія інноваційного розвитку.

Світовий ринок є невід'ємною частиною суспільного господарського відтворення, який формується в умовах глобалізації світової економіки. На сучасному перехідному етапі економічного розвитку України важливо поглиблювати зовнішньоекономічні зв'язки з метою інтегрування у світову економіку та пошуку шляхів виходу до світового ринку. Зовнішня економічна діяльність України повинна бути спрямована на задоволення потреб національної економіки як у сировині, матеріалах, обладнанні, новітніх технологіях, так і в різноманітних послугах. Ринок послуг зазвичай характеризується динамічністю, різними коливаннями попиту та пропозиції, він є досить специфічним та важко прогнозованим. Саме тому досконале вивчення особливостей міжнародної торгівлі послугами країни, дослідження проблем та перспектив розвитку різноманітних сфер ринку послуг в Україні є актуальною темою в умовах перехідної економіки. Вивченням проблеми розвитку українського ринку послуг займалися чимало науковців, серед яких слід визначити Новицького В. Є., О. Любіцеву, Б. Карпінського, Семенова А. А., Багрову І. В., Сиваченко Ю. І., Кухарську Н. О., Харічкова С. К. та багато інших видатних діячів.

© Барчо С. В., 2010



Метою даної статті є аналіз структури та розробка стратегій розвитку ринку послуг у міжнародній економічній діяльності України.

Міжнародний ринок послуг – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, комунального обслуговування, громадського харчування, туристично-рекреаційних та інших послуг. Міжнародна статистика свідчить про те, що ринок послуг є одним із найбільш швидко зростаючих секторів світового ринку [1, с. 97].

Місце України на світовому ринку послуг, незважаючи на її великий потенціал науково-технічних кадрів, менш сприятливе, ніж на світовому ринку товарів, саме тому необхідним є концентрація уваги на розвиток експорту послуг. В Україні ринок послуг представлений у наступних секторах: ринок інформаційних і технологічних послуг, транспортні послуги, туристичні послуги, фінансові послуги, послуги банківського та страхового секторів, послуги у сфері освіти тощо.

Україна на міжнародному ринку послуг співпрацює з багатьма країнами світу. Найбільша частка (близько 50 %) припадає на країни СНД, які є її безумовними партнерами у багатьох сферах торгівлі. Також збільшується частка країн Європи. Динаміку змін обсягів надання послуг України на зовнішній ринок можна проаналізувати на основі даних табл. 1 [2].

Таблиця 1

Географічна структура експорту послуг України за 2004 – 2009 рр. (млн дол. США)

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Азія	Африка	Америка
2004	5307,9	2497,3	2813,7	1653,8	424,3	51,4	409,3
2005	6134,7	2815,5	3326,1	1870,4	593,1	72,2	476,8
2006	7505,5	3409,9	4106,1	2360,8	734,2	94,3	574,8
2007	9038,9	3666,3	5389,0	3154,1	939	125,9	793,1
2008	11741,3	4245,5	7522,2	4176,4	1380,5	203,1	1247,2
2009	9598,3	3826,6	5803,0	2936,1	1162,4	164,4	1117,5

Загалом обсяг експорту послуг України в період з 2004 по 2008 роки невпинно зростає, що обумовлене збільшенням частки сфери послуг у загальному обсязі економічних операцій країни. Таке зростання сприяє розвитку економічного стану країни на міжнародному рівні. У 2009 році внаслідок фінансової кризи відбувається зменшення експорту послуг на 2 143 млн дол. США.

Експортуючи послуги, Україна співпрацює з чималою кількістю держав різного регіону. Найбільшу частку серед них займають країни СНД. Структура розподілу країн в експорті послуг у 2004, 2008 та 2009 роках наведена на рис. 1.

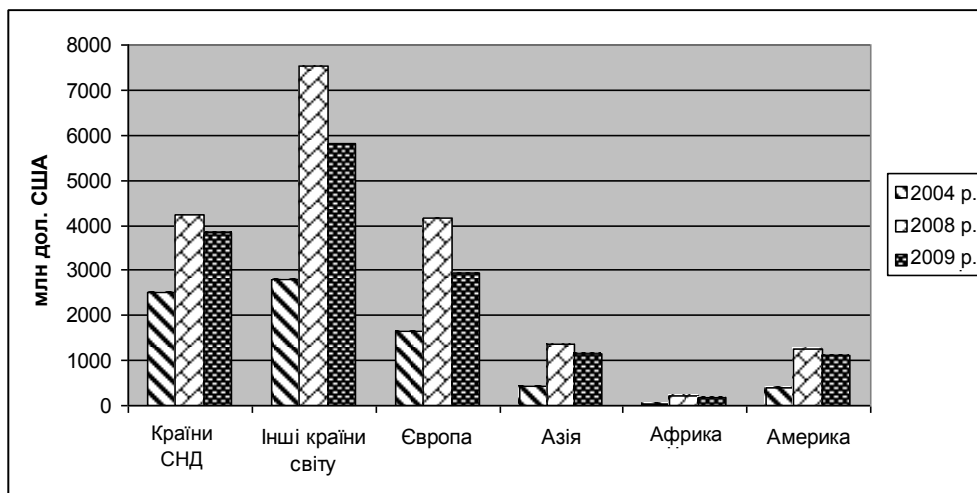


Рис.1. Географічна структура експорту послуг у 2004, 2008 та у 2009 роках

З рис. 1 можна простежити зростання частки європейських країн на 10,5 %, країн Азії – на 4,11 %, африканських країн – на 0,74 % та країн Америки – на 3,93 %. Дещо знизилася порівняно з 2004 роком частка країн СНД на 7,18 %. Аналізуючи 2008 та 2009 роки, необхідно відмітити, що в 2009 році знизилася частка країн Європи на 21,6 % та країн Африки на 0,01 %. У той же час збільшилась частка країн СНД на 3,71 %, азійських країн – на 0,35 % та Америки – на 1,02 %.

Імпорт послуг також займає значну роль в аналізі зовнішньо-економічної діяльності країни. Структуру імпорту Україною послуг за 2004 – 2009 роки можна прослідкувати в табл. 2 [2].

Географічна структура імпорту послуг Україною за 2004 – 2009 рр. (млн дол. США)

Рік	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Азія	Африка	Америка
2004	2058,6	399,1	1660,6	877,7	233,3	20,6	283,4
2005	2935,0	509,3	2427,4	1220,2	462,5	28,7	391,7
2006	3719,4	690,4	3030,7	1703,9	534,8	50,7	396,1
2007	4980,6	799,8	4183,5	2402,1	745,5	61,9	574,7
2008	6468,0	105,8	5414,9	3488,9	1156,7	87	570,4
2009	5173,5	787,2	4393,5	2640,2	1038,8	43,2	450,4

Послуги Україна імпортує з багатьох країн світу. Основними донорами послуг для українського споживання є країни Європи. Проаналізуємо динаміку географічної структури країн-експортерів послуг Україні, порівнюючи 2004, 2008 та 2009 роки. Дані для аналізу подані на рис. 2.

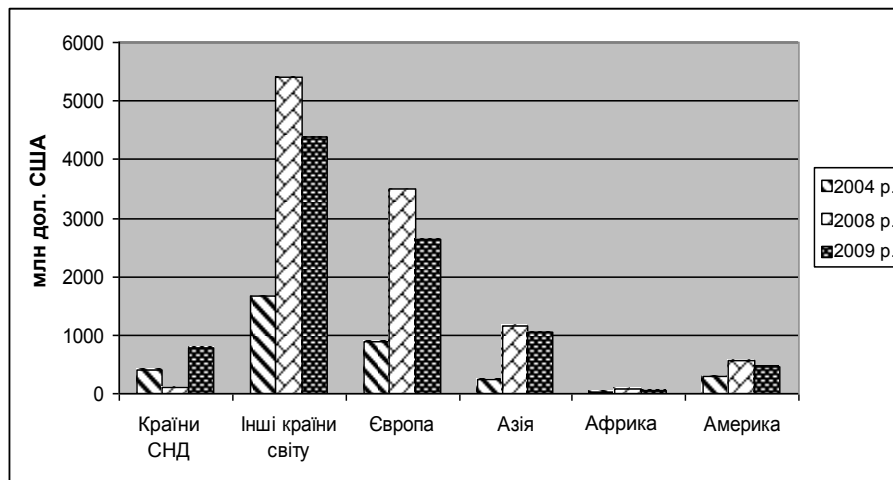


Рис. 2. Географічна структура імпорту послуг у 2004, 2008 та у 2009 роках

З рис. 2 можна простежити зміни в частковій участі країн-експортерів послуг для України. У 2009 році порівняно з 2004 роком збільшилася частка країн Європи на 8,4 %, країн Азії – на 8,75 %. Зменшилася частка в імпорті Україною послуг з країн СНД на 4,17 %, країн Африки – на 0,17 % і країн Америки – на 5,06 %. У 2009 році порівняно з 2008 роком в імпорті Україною послуг значно зросла частка країн СНД на 13,58 % та країн Азії – на 2,20 %. При цьому зменшилася частка європейських країн на 2,91 %, країн Африки – на 0,51 % та країн Америки – на 0,11 %.

Таким чином, географічна структура експорту та імпорту послуг України досить розгалужена. Провідну частку займають країни СНД, країни Європи та Азії, що обумовлене географічним розташуванням країни та налагодженими міждержавними зв'язками.

Показник загального обсягу послуг залежить певною мірою від інших економічних показників. Унаслідок проведення кореляційно-регресійного аналізу була виявлена залежність у вигляді моделі:

$$Y = 5206,3 + 0,105x_1 + 0,701x_2 + 0,057x_3 + 0,427x_4,$$

- де Y – загальний обсяг вироблених послуг;
 x_1 – обсяг експорту послуг, млн дол. США;
 x_2 – обсяг ВВП, млн грн;
 x_3 – валютний курс;
 x_4 – обсяг імпорту послуг, млн дол. США.

Коефіцієнт кореляції $R = 0,9995$, отже, маємо дуже сильну кореляційну залежність між загальним обсягом українських послуг та обраними факторами. Індекс детермінації становить $R^2 = 0,9992$, тобто варіація на 99,92 % пояснюється варіацією обраних факторів, а на частку неврахованих факторів припадає 0,08 %.

Таким чином, на загальний обсяг послуг в Україні впливає низка факторів, серед яких найбільш значущими є рівень ВВП країни та обсяги загального імпорту та експорту товарів і послуг. При цьому збільшення обсягів експорту України на 1 % потенційно може призвести до збільшення обсягу послуг на 0,105 %; збільшення обсягів імпорту товарів і послуг в Україну на 1 % призведе до збільшення обсягів українських послуг на 0,427 %. Збільшення рівня валютного курсу на 1 % незначно відобразиться на збільшенні обсягів послуг і призведе до їх збільшення у розмірі 0,057 %.

При формуванні міжнародної економічної стратегії економічна політика повинна керуватися системною методологією з опорою на методи програмно-цільового планування і прогнозування. За часів світової фінансової кризи необхідно притримуватися стратегії стабілізації, яка має за мету стабілізувати та поступово нарощувати обсяги наданих послуг на міжнародному рівні; а також середньо-



строкової стратегії інноваційного розвитку, яка дасть змогу підвищити рівень якості наданих послуг та забезпечити цим зростання їх конкурентоспроможності.

Таким чином, основним напрямком міжнародної економічної стратегії у сфері послуг є: формування конкурентоспроможного продукту міжнародного рівня; створення економічної мотивації та інституційного середовища для широкомасштабного та ефективного використання національного потенціалу у сфері послуг, активізації діяльності, державної підтримки напрямку розвитку. Поліпшення ситуації та укріплення позицій на світовому ринку послуг значною мірою залежить від іноземних інвестицій, проте доцільно виважено підтримувати баланс між необхідністю захисту внутрішнього ринку та потребою впровадження інновацій для створення сучасної інфраструктури. Розв'язання низки проблем фінансово-кредитного характеру, створення необхідного інформаційного забезпечення, чіткої нормативно-законодавчої бази, узгодженої з міжнародним законодавством, а також гармонізація національних стандартів щодо відповідності якості наданих послуг системі міжнародних стандартів є першочерговими завданнями на шляху вирішення проблем розвитку ринку послуг в Україні.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Кухарська Н. О. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібн. / Н. О. Кухарська, С. К. Харічков ; Одеський регіональний ін-т державного управління Нац. академії державного управління при Президентові України ; Ін-т проблем ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України. – Харків : Одісеї, 2007. – 455 с. 2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лінник О. О.

УДК 339.73(477)

Студент 3 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМИ ФІНАНСОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Анотація. Проведено аналіз співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями, виявлено проблеми співпраці та можливі шляхи їх вирішення.

Аннотация. Проведен анализ сотрудничества Украины с международными финансовыми организациями, выявлены проблемы и возможные пути их решения.

Annotation. The relations between Ukraine and International Financial Institutions were analyzed, the possible solutions to the problems in such cooperation were offered.

Ключові слова: міжнародні фінансові організації, інвестиційний проект, кредит, зовнішнє фінансування.

Велике значення для країн, що розвиваються, відіграють міжнародні фінансові інституції, найбільш впливовими серед яких є Світовий банк (СБ), Міжнародний валютний фонд (МВФ), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). З огляду на те, що економіка України протягом останніх років перебуває на перехідному етапі розвитку, необхідність фінансової підтримки є гострою і актуальною проблемою. Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями (МФО) виступає важливим елементом зовнішнього фінансування та сприяє реалізації економічних реформ у нашій країні.

Метою статті є дослідження результатів співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями та визначення можливих напрямів удосконалення стратегії співробітництва з ними.

Питання міжнародних фінансових відносин, а також діяльності міжнародних фінансових організацій знайшли своє відображення в роботах багатьох зарубіжних дослідників, серед яких Л. Бальцерович, І. Герчикова, Д. Кауфман, А. Кіреєв, С. Мілднер, Н. Рубіні, Х. Шреплер. Проблемами співпраці України з МФО займалися такі українські автори, як В. Базилевич, О. Білорус, О. Виходцев, А. Гальчинський, Ю. Ковбасюк, В. Новицький, Я. Оніщук, Н. Поважна, Г. Циганкова та ін.

Співпраця з такою потужною фінансовою інституцією як СБ почалася в Україні з 1992 р., коли вона стала членом МБРР відповідно до Закону України "Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій".

Портфель проектів, що реалізуються спільно з МБРР в Україні, складається з системних та інвестиційних проектів. У період з 1993 по 2010 роки Україна й МБРР уклали угоди про надання позик на загальну суму понад 7 млрд дол. США. Значна частка цих коштів (майже 90 %) були позиками на структурну перебудову.

© Лінник О. О., 2010

Станом на січень 2010 року проектний портфель МБРР розподілено наступним чином: транспорт (28 %), енергетика та енергозбереження (21 %), реабілітація фінансового сектору та фінансування бюджету (14 %), газотранспортний сектор (10 %), підтримка структурних реформ (10 %), муніципальна інфраструктура (6 %), соціально-гуманітарний сектор (4 %), фінансовий сектор (3 %), розвиток державного сектору (2 %), агропромисловий комплекс (2 %).

Реалізація проектів структурної перебудови, які підтримуються МБРР, є основним інструментом реалізації Стратегії допомоги СБ Україні та має на меті розбудову ринкової інфраструктури країни, що включає також реформування фінансового сектору та подальший розвиток банківської системи. Загальна кількість проектів СБ, які було започатковано в Україні від початку співробітництва, склала понад 70.

Упровадження проектів МБРР допомагає реформувати податкову службу, систему освіти, підвищити якість і доступність соціальних послуг, а також сприяти удосконаленню системи управління державними фінансовими активами, системи державної статистики та здійсненню експортних операцій [1].

Починаючи з 1994 року, співпрацю з МВФ було активізовано за програмами STF, Stand-by та "Механізм розширеного фінансування" (EFF), за якими Україна отримала кошти загальним обсягом близько 4,3 млрд дол. США. За період 1994 – 2000 років Україною повністю реалізовано 5 кредитних угод з МВФ, які надавались Україні на досить пільгових умовах. Необхідно зауважити, що значна частина цих коштів пішла на фінансування дефіцитів платіжного та торговельного балансів, а також формування валютних резервів, що дозволило Україні підтримувати стабільність національної валюти, успішно провести грошову реформу, ввести конвертованість гривні за поточними операціями [2]. Після завершення співробітництва за Програмою EFF Уряд України серед прийнятих форм подальшого співробітництва України з МВФ на безкредитній основі обрав попереджувальну програму "Стенд-бай", яка діяла у 2004 – 2005 рр.

Новим імпульсом у сфері співробітництва України та МВФ стала фінансова криза, тобто її наслідки, які негативно позначились на економічній ситуації в державі [3].

Загальний обсяг кредитів, виданих МВФ Україні за останньою програмою стенд-бай, досяг 10,6 млрд дол. США. Взявши кредит у МВФ, Національний банк України зумів провести рекапіталізацію проблемних банків. Завдяки траншам були проведені розрахунки за російський газ, покриття касових розривів для своєчасної виплати зарплат і пенсій.

На даному етапі Україна особливо зацікавлена в підвищенні частки проектів, що реалізуються за підтримки ЄБРР. Для можливого фінансування ЄБРР державного сектору України, який що потребує гарантій держави, визначені такі пріоритети, як транспорт, енергетика, сільське господарство. Проаналізувавши обсяги наданих кредитів від ЄБРР до України за 5-річний період з 2005 р. по 2009 р., виявилось, що темпи приросту цього показника невинно зростають, і у 2009 р. склали 32,5 % стосовно 2008 р.

За період співпраці з ЄБРР (1993 – 2009 роки) в державному секторі економіки України укладено угод на загальну суму 674,94 млн дол. США та 669,85 млн. євро (в рамках 19 проектів), з яких станом на кінець 2009 р. використано 572,53 млн дол. США та 338,12 млн євро. В приватному секторі економіки України укладено угод на загальну суму 7 964,9 млн євро, з яких на початок 2010 р. використано 3 105,4 млн євро.

Для України важливою є підтримка з боку ЄБРР проектів, які сприятимуть розвитку муніципальної інфраструктури міст України, охороні навколишнього середовища, розвитку сільського господарства та транспортної інфраструктури [4].

Результати свідчать, що спільно узгоджені з МФО пріоритетні проекти повністю кореспондуються з головними заходами, необхідними у кризовий період та є додатковим джерелом фінансування дефіциту державного бюджету, проведення структурних реформ та розвитку інфраструктури. Проте існує низка проблем, які потребують значної уваги для налагодження ефективної співпраці з МФО.

Проблема неадекватності вимог МФО реаліям економіки України пов'язана із застосуванням щодо України певних шаблонів, які використовуються в інших країнах світу. Багато з проблем у процесі співробітництва України з МФО стали наслідком неповного врахування регіональних та національних особливостей, етапів розвитку країни. МВФ та СБ висувують багато умов, які інколи є досить сумнівними з точки зору доцільності їх дотримання в Україні, що спонукає до проведення більш глибокого їх аналізу та прогнозування наслідків.

Незаперечним фактом є те, що отримання коштів від МФО призводить до неодмінного зростання зовнішнього боргу України (таблиця).

Таблиця

Обсяги зовнішнього боргу України, млн дол. США за 2005 – 2009 рр. [5]

Показник	2005 р.		2006 р.		2007 р.		2008 р.		2009 р.	
	усього, млн дол. США	питома вага, %	усього, млн дол. США	питома вага, %	усього, млн дол. США \$	питома вага, %	усього, млн дол. США	питома вага, %	усього, млн дол. США	питома вага, %
Заборгованість перед міжнародними організаціями	4 048,5	34,67	3 549,2	28,03	3 148,77	22,74	8 209,4	44,28	14 927,5	56,29
Зовнішній борг, млн дол. США	11 674,55		12 661,06		13 849		18 538,03		26 518,68	



Тому стратегічно важливим завданням у сфері здійснення зовнішніх запозичень з боку МФО є прогнозування можливостей згладжування таких навантажень із відповідним урахуванням дотримання граничних значень індикаторів фінансової безпеки.

Водночас головними проблемами при реалізації проектів МФО в Україні є недосконале законодавство та нормативна база стосовно процедури набуття угодами чинності, тому виникає необхідність приведення вітчизняного законодавства у відповідність з принципами та нормами міжнародного права, укладання міжнародних угод і конвенцій у сфері валютно-фінансових відносин.

Ще більшою мірою впливає на ефективність упровадження проектів недостатньо якісна діяльність державних інститутів, відповідальних за реалізацію проектів МФО в Україні. Тому з метою вдосконалення практики їх реалізації необхідно суттєво поліпшити кадрове забезпечення сфери міжнародних валютно-кредитних відносин відмовитися від неузгодженого характеру звітності щодо ходу реалізації проектів та впровадити автоматизовану інформаційну систему для забезпечення контролю за їх виконанням.

Таким чином, аналіз співпраці України з міжнародними фінансовими інституціями свідчить про об'єктивну необхідність залучення зовнішніх коштів з метою поглиблення ринкових перетворень, створення реальних передумов для подолання кризових явищ, прискорення трансформаційних процесів. Це співробітництво сприяло здійсненню економічних заходів у таких напрямках, як макроекономічна стабілізація, створення конкурентного середовища на ринку товарів і послуг, започаткування та розвиток приватизації та ін. Водночас Україні необхідно виробити нові та вдосконалити уже існуючі практичні механізми співпраці держави з міжнародними фінансовими організаціями, процедури розгляду, затвердження й реалізації спільних з МФО проектів.

Основними напрямками розвитку співробітництва України з МФО мають стати підвищення статусу України як суб'єкта міжнародних фінансових відносин, посилення захисту економічних інтересів нашої держави при прийнятті рішень про залучення фінансових ресурсів та удосконалення практики реалізації інвестиційних проектів, що фінансуються за рахунок коштів МФО.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Посольство України в Республіці Білорусь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.belarus.mfa.gov.ua/belarus/ua/publication/content/43974.htm>. 2. Міністерство закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/2932.htm>. 3. Інна Антонечко. Співробітництво України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями – шлях до стабільності та розвитку в період кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/portal.htm>. 4. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/file/link/145173/file/MFO_february_2010.doc. 5. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/Balance/debt.htm>.

Мозуль М. П.

УДК 339.187.6(477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА СТАНУ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Анотація. Представлено аналіз стану торговельно-економічних відносин України з країнами Європейського Союзу. Виявлено основні проблеми та перспективи подальшого співробітництва.

Аннотация. Представлен анализ состояния торгово-экономических отношений Украины со странами Европейского Союза. Выявлены основные проблемы и перспективы дальнейшего сотрудничества.

Annotation. The analysis of trade and economic relations, the basic problems and prospects for further cooperation between Ukraine and EU countries are given.

Ключові слова: торговельно-економічні відносини, експорт, імпорт, інвестиції, географічна структура, товарна структура.

24 серпня 1991 року Україна нарешті здобула незалежність. Вона стала на нелегкий шлях трансформування економіки задля переходу від адміністративно-командного ринкового типу ведення господарювання. З того часу минуло вже майже 19 років, країна спромоглася налагодити

© Мозуль М. П., 2010

чисельні зовнішньоекономічні зв'язки, стати відкритою і ліберальною, отримати статус держави з ринковою економікою. Має Україна і план майбутнього розвитку, у якому пріоритетне місце займає євроінтеграція.

Актуальність даної теми зумовлена необхідністю вирішення основних проблем торговельно-економічного співробітництва та подальшого розвитку відносин України з країнами ЄС як одним з найголовніших партнерів у зовнішньоторговельному співробітництві.

Метою даної роботи є аналіз стану відносин України з країнами Європейського Союзу, виявлення основних проблем та перспектив подальшого співробітництва.

Питаннями торговельно-економічних відносин України з Європейським Союзом займалися багато науковців, серед яких Безуглий В. А., Храмов В. О., Дж. Лангбейн, Усенко О. А. та ін.

У 2009 році Україна мала торговельно-економічні відносини з 209 країнами на п'яти континентах [1].

Проте головним торговим партнером за результатами останніх років став Європейський Союз. І це не є випадковістю, адже після здобуття Україною державної незалежності поступова інтеграція до загальноєвропейських структур і налагодження багатосторонньої кооперації з країнами ЄС стали її головними геостратегічними пріоритетами, котра є визначальним чинником прискорення економічного розвитку нашої країни [2, с. 32].

Двосторонні відносини між Україною та ЄС стрімко розвиваються. Тільки за період 2005 – 2008 рр. обсяг українського експорту товарів збільшився на 77 %, імпорту – на 240 %. Експорт послуг до країн ЄС зріс на 230 %, імпорт – на 295 %. Проте негативні наслідки економічної кризи призвели до падіння у 2009 р. обсягів експортно-імпортних операцій з торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС до рівня 2003 – 2005 рр. Загальний обсяг експорту товарів з України за результатами 2009 року становив 39 702,9 млн дол., імпорту товарів – 45 435,6 млн дол.

Протягом багатьох років Європейський Союз залишається найбільшим імпортером інвестицій до України. Наростаючим підсумком за весь період співробітництва країни ЄС вклали в економіку України 31 350,5 млн дол., тобто 78,3 % загального обсягу інвестицій в Україну. Останнім часом приголомшливо збільшилися обсяги прямих інвестицій з України до країн ЄС. Так, у 2005 році вони становили 58,6 млн дол., а 2009 рік закінчився з показником 5 908,3 млн дол. (наростаючим підсумком). Надзвичайне збільшення було у 2007 році, коли інвестиції зросли у 79 разів. Причиною цього стало значне збільшення грошових потоків в економіку Кіпру (з 4,4 млн дол. до 5 825,5 млн дол.) [3].

Україна підтримує зовнішньоторговельні стосунки з 27 країнами Європейського Союзу. Експортно-імпортні операції з торгівлі товарами та послугами, так само як прямі інвестиції до нашої країни та з неї, географічно диверсифіковані.

Так, головними партнерами, як в експорті, так і в імпорті товарів залишаються Німеччина (19,2 %), Італія (8,9 %), Польща (18,8 %), Франція (5,3 %) та Угорщина (5,3 %). В експорті та імпорті послуг лідирує Сполучене Королівство (19,7 %), Кіпр (18,8 %), Німеччина (12,2 %), Австрія (6,5 %) та Франція (6,5 %). Найбільшими країнами-інвесторами, на які припадає понад 77 % загального обсягу інвестицій з ЄС, є Кіпр (27,4 % загального обсягу інвестицій з країн ЄС), Німеччина (21,1 %), (12,8 %), Австрія (8,3 %) та Сполучене Королівство (7,6 %) [4].

Усупереч широкій географічній диверсифікованості відносин з ЄС товарна структура експорту України до Євросоюзу свідчить про надзвичайну вузькість її асортименту. За останні роки у загальному обсязі українського експорту до ЄС більше чверті (26,7 %) становлять недорогі метали і вироби з них (у тому числі 18 % – чорні метали), 16,3 % – мінеральні продукти, 12,3 % – продукція сільського господарства і харчової промисловості, 15,1 % – легкої промисловості. Загалом на ці групи (які репрезентують галузі з незначним рівнем технологічності виробництва та доданої вартості) припадає понад 70 % від загального обсягу експорту України до ЄС, тоді як частка машин, обладнання та приладів становить усього 10,3 %.

У товарному імпорті з країн ЄС, навпаки, переважають машини, обладнання, механізми, прилади і транспортні засоби (38,8 %), продукція хімічної промисловості та пов'язаних з нею галузей (21,5 %), а також вироби легкої промисловості (10,2 %). Особливо привертає увагу нестійкість провідних товарних груп українського експорту на ринку ЄС, тоді як структура імпорту є достатньо стабільною, що свідчить про хиткість конкурентних позицій українських експортерів на ринку Євросоюзу.

У відносинах України з країнами ЄС існує низка проблем, які породжують певну неефективність співпраці.

Перш за все, це проблема негативного сальдо зовнішньоторговельних операцій, яке спостерігається протягом багатьох років співробітництва. Значна різниця між показниками імпорту та експорту має тенденцію до щорічного збільшення. Так у 2005 році від'ємне сальдо становило – 1 958,5 млн дол., а потім щорічно зростало майже вдвічі, досягнувши – 10 738,9 млн дол у 2008 році, тобто збільшившись більш ніж у п'ять разів. Загальне зменшення зовнішньої торгівлі у 2009 році призвело до зменшення розміру негативного сальдо: до – 5 964,2 млн дол.

Стала дефіцитність торгівлі з Європейським Союзом має об'єктивні причини. Торговельне сальдо є відображенням загального стану економіки України, індикатором її конкурентоспроможності. Нераціональна структура експорту, значна енергозатратність виробництва, з одного боку, та щораз більший платоспроможний внутрішній попит на імпортовані товари – іншого, породжують значний розрив між затратами на імпорт і доходами від експорту.

Не менш важливою проблемою є сертифікація та стандартизація української продукції. Українські стандарти та процедури оцінки відповідності відрізняються від європейських, що зумовлює відому протекціоністську практику з боку ЄС. Невідповідність українських товарів вимогам ЄС унеможлиблює їх доступ на ринки європейських країн і дедалі більше стримує експорт.



Аби вирішити ці проблеми Україна має підвищити конкурентоспроможність власної продукції, знизивши її ресурсо- та енергоємність і підвищивши наукову та інноваційну складові, підвести санітарні та фітосанітарні норми до європейських стандартів, покращити структуру експорту та знизити рівень залежності від імпорту енергоносіїв.

Євроінтеграція є головним та незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України, тому партнерський діалог Україна – ЄС розвивається під час проведення щорічних засідань Саміту Україна – ЄС, регулярних консультацій. Між Україною та ЄС щорічно відбувається понад 80 офіційних зустрічей та консультацій на високому і експертному рівнях.

З березня 2007 р. ведуться офіційні переговори з ЄС щодо створення Нової посиленої угоди, яка буде базуватися на поглибленій угоді з вільної торгівлі ЗВТ+. Обидві сторони збираються поліпшити не лише митні тарифи, а й наблизити українське законодавство до законодавства ЄС, лібералізувати весь комплекс економічних відносин, рух послуг, капіталу, робочої сили; гармонізувати технічне законодавство для зняття технічних бар'єрів; урегулювати такі сфери державної політики, як конкурентна політика і корпоративне управління; покращити бізнес-клімат з подальшим збільшенням обсягу інвестицій.

Таким чином, проведений аналіз підтвердив стратегічну важливість партнерства України з країнами Європейського Союзу за всіма напрямками торговельно-економічного співробітництва. Проте проблема негативного сальдо зовнішньоторговельних операцій, нераціональність структури українського експорту, відсутність відповідних санітарних та фітосанітарних норм знижують ефективність співробітництва та потребують нагального вирішення. Подальший розвиток відносин Україна – ЄС розглядаються у контексті створення Нової посиленої угоди, яка буде базуватися на поглибленій угоді з вільної торгівлі ЗВТ+ і сприятиме лібералізації всього комплексу економічних відносин.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Офіційний сайт представництва ЄС в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm. 2. Безуглий В. Географічні аспекти зовнішньоекономічної співпраці України з Євросоюзом В. Безуглий // Вісник Львівського університету. – 2009. – № 36. – С. 31–40. 3. Офіційний сайт статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 4. Проект державної інформаційної підтримки експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua/>.

Сивуха Є. Ю.

УДК [339.56:656.025.4] (477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анотація. Подано аналіз структури зовнішньої торгівлі транспортними послугами України, основних проблем використання транспортного потенціалу країни та можливих шляхів їх вирішення.

Аннотация. Представлен анализ структуры внешней торговли транспортными услугами Украины, основных проблем использования транспортного потенциала страны и возможных путей их решения.

Annotation. The analysis of Ukrainian freight services structure in the foreign trade, the main problems in realization country's transport potential and the eventual solutions were identified.

Ключові слова: транспортні послуги, транспортний потенціал, перевезення, експорт, імпорт, зовнішня торгівля.

Кінець ХХ – початок ХХІ століть вважають початком нового етапу ефективного розвитку таких систем, як міжнародна виробничо-технологічна кооперація, світова торгівля, міжнародний поділ праці, міжнародний ринок транспортних послуг, телекомунікацій і зв'язку. Важливого значення набуває транспортна система країни, що має на меті забезпечувати її зовнішньоекономічні зв'язки. Надійна та якісна робота транспортної системи є одним з основних показників стабільності функціонування всього господарського механізму держави.

Актуальність даної статті обумовлена збільшенням товарообороту України з країнами світу протягом останніх років та активною інтеграцією у світові господарські зв'язки на основі міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації.

© Сивуха Є. Ю., 2010

Метою даної роботи є аналіз структури міжнародних транспортних послуг і їх вплив на міжнародну торгівлю України, виявлення основних проблем використання транспортного потенціалу України та можливих шляхів їх вирішення.

Питанням ефективного розвитку транспортної системи та наданню якісних транспортних послуг приділяли й приділяють значну увагу вітчизняні та зарубіжні науковці і практики, зокрема: Атамас П. Й., Бакаєв А. А., Даньків Й. Я., Костюченко Л. М., Кутах Ю. А. та ін.

Міжнародний ринок послуг посідає провідне місце у процесах розвитку й трансформації світового ринку, викликаних глобалізацією.

Особливості участі України у міжнародній торгівлі послугами в 90-х роках ХХ століття та на початку ХХІ століття традиційно зумовлювалися тим, що вона певною мірою компенсувала негативне сальдо загального торговельного балансу країни. Це відбувалося завдяки наявності таких особливо важливих для торгівлі послугами переваг міжнародної економічної діяльності, як сприятливе географічне розташування, наявність відповідно до історичних традицій участі у міжнародній торгівлі розгалуженої транспортної інфраструктури та рухомого складу.

Так, частка транспортних послуг займає ліву частку у структурі експорту послуг із України: у 2005 р. – 73,0 %, 2006 р. – 71,3 %, 2007 р. – 67,6 %, 2008 р. – 65,0 %. Тим не менше простежується стійка позитивна тенденція випередження зростання послуг нетранспортного характеру. Але вважається, що за рівнем якості експорту транспортних послуг Україна відстає від розвинених країн світу в декілька разів.

Для формування експорту транспортних послуг Україна користується головним чином своїм вигідним транзитним транспортно-географічним положенням та існуючою виробничою інфраструктурою. Експорт транспортних послуг має відносно стійку структуру. У 2008 р. в загальному обсязі експорту транспортних послуг переважав трубопровідний транспорт – 34 %, що здійснює транзит російських енергоносіїв через українську територію в країни Західної Європи. Розподіл інших видів транспорту відбувся таким чином: залізничний транспорт – 21 %, морський – 17 %, повітряний – 16 %, інший – 12 %.

У структурі імпорту послуг переважають послуги нетранспортного характеру, а частка імпорту транспортних послуг становить у 2005 р. – 21,4 %, 2006 р. – 21,2 %, 2007 р. – 22,5 %, 2008 р. – 25,6 %. Структура імпорту транспортних послуг також має сталу тенденцію розподілу за видами транспортування. У 2008 р. переважала частка залізничних перевезень в загальному імпорті транспортних послуг – 39 %. Розподіл використання інших видів транспорту відбувся наступним чином: повітряний – 33 %, морський – 15 %, трубопровідний та інші види транспорту, в тому числі автомобільний – 13 % [1].

Позитивним залишається факт, що протягом останніх років баланс торгівлі послугами, в тому числі транспортними, має додатне сальдо і згладжує негативне сальдо балансу зовнішньої торгівлі товарами.

Транспорт – важливий компонент в економічній інтеграції між країнами, а також у міжнародній торгівлі. Крім того, сам транспорт як елемент економічної системи країни, виконуючи зовнішньоторгівельні перевезення, інтегрується у світову транспортну систему [2, с. 126–127].

Вчені та фахівці відзначають проблеми, які не сприяють підвищенню транспортного потенціалу країни. В першу чергу, це висока моральна і фізична зношеність рухомого складу транспортних підприємств. Основною проблемою, що на сьогодні потребує вирішення, є оновлення основних виробничих фондів, технічний стан яких не дозволяє зберегти навіть існуючі обсяги швидкості. А для задоволення потреб України й успішної конкуренції на міжнародному транспортному ринку необхідне підвищення швидкості руху і якості транспортних послуг.

Чергова проблема – низький рівень використання високих технологій. Наприклад, залізницям України, так, як й іншим видам транспорту в Україні для сталого та ефективного функціонування необхідно постійно оновлювати інфраструктуру, рухомий склад, основні виробничі фонди, спеціальну техніку, машини й обладнання, створювати та розширювати виробничі потужності.

До факторів, стримуючих розвиток транспортної інфраструктури, відносяться невисокий рівень підготовки менеджерів з логістики та дефіцит професійного персоналу.

Чи не найголовнішою проблемою є проблема нестачі фінансування транспортної галузі України. Проблема пошуку джерел формування інвестиційних ресурсів стосується всіх видів транспорту.

Питання міжнародних транспортних перевезень – справа, пов'язана з ризиком. Перевізники завжди прагнули максимально обмежити свою відповідальність. З іншого боку, вантажовідправники мають договірні зобов'язання перед своїми покупцями і теж прагнуть зменшити ризик втрати або псування перевезених товарів. Вирішенням цієї проблеми могло б стати страхування. Тому розвиток ринку страхових послуг є одним із ключових завдань для вирішення проблеми покращення якості експорту транспортних послуг із України.

Для реалізації транспортного потенціалу України необхідно:

1. Участь України в розробці загальної стратегії розвитку мережі міжнародних транспортних коридорів, що проходять за європейськими й азійськими напрямками [3, с. 117].

2. Сприяння реалізації інвестиційних проектів, у тому числі міжнародних, спрямованих на розвиток транспортної системи України.

3. Подальший розвиток транспортних технологій, інформаційних систем, усієї інфраструктури міжнародних перевезень з метою прискорення доставки вантажів, забезпечення гарантій їх збереження, загального підвищення якості сервісу.

4. Перехід на міжнародні стандарти і правила, що застосовуються при будівництві об'єктів транспортної системи, транспортних комунікацій, при виробництві транспортних засобів.



Сьогодні транспортний ринок України переживає етап активного розвитку, первинної модернізації та самоструктурування, і тільки з урахуванням активної участі в цьому процесі всіх учасників транспортного ринку, держави та міжнародних експертів Україна має шанс для успішного розвитку даного сегмента ринку.

Таким чином, структура транспортних послуг у системі інтеграції України в міжнародну транспортну мережу характеризується її широкою номенклатурою: до неї входить залізничний, трубопровідний, автомобільний, морський, авіаційний та інші види транспорту.

Вигідне географічне положення України і наявність розвинутої мережі транспортної інфраструктури сприяють проведенню політики максимального залучення міжнародних транзитних вантажопотоків через її територію з метою збільшення валютних надходжень і поліпшення економічного стану держави. А задля більш ефективного нарощування та використання транспортного потенціалу можуть бути використані техніко-технологічні, інформаційні, інтелектуальні та фінансові можливості.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Кухарська Н. О. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібн. / Н. О. Кухарська, С. К. Харічков. – К. : Одиссей, 2006. – 456 с. 3. Данько Н. Г. Економіка міжнародних транспортних перевезень / Н. Г. Данько – К. : Знання, 2004. – 346 с.

Русляков М. С.

УДК 330.55(477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ВАЛОВОГО ПРОДУКТУ УКРАЇНИ

Анотація. Описано результати дослідження на базі кореляційно-регресійного аналізу залежності ВВП від основних економічних показників країни, проілюстровано причини виникнення негативного сальдо товарів і послуг.

Аннотация. Описываются результаты исследования на основе корреляционно-регрессионного анализа зависимости ВВП от основных экономических показателей страны, проиллюстрированы причины возникновения отрицательного сальдо товаров и услуг.

Annotation. There are results of research based on correlation and regression analysis of dependence the GDP from the basic economic indicators of the country, the reasons of occurrence of negative balance of the goods and services are illustrated.

Ключові слова: ВВП, кореляційно-регресійний аналіз, експорт товарів і послуг, імпорт товарів і послуг, фінансовий рахунок, валютний курс, індекс інфляції, коефіцієнт детермінації.

Україна завдяки своїм природним багатствам та вигідному економіко-географічному положенню має надзвичайно великий потенціал економічного розвитку. Основним показником розвитку економіки країни є внутрішній валовий продукт як сукупність усіх економічних благ, вироблених у межах країни за певний період часу.

Актуальність проблеми, яка розглядається в статті, полягає в тому, що після стрімкого послідовного зростання ВВП у 2000 – 2008 роки світова економічна криза призвела до різкого зменшення величини ВВП приблизно на третину у 2009 році, що є надзвичайно негативним показником для економіки України. В цьому контексті є надзвичайно важливим виявлення пріоритетних і найбільш вагомих факторів впливу на формування структури ВВП, для планомірного зростання внутрішнього валового продукту, визначення пріоритетних сфер діяльності, подальшої розробки стратегії виводу економіки країни на попередні потужності.

Проблемами зростання внутрішнього валового продукту України та визначення факторів впливу займалися такі вчені, як Багрова І. В., Кіреєв А. П., Козак Ю. Г., Кухарська Н. О., Макуха С. М., Новицький В. Є., Філіпенко А. С., Фомишин С. В. та ін.

У ході дослідження було зроблено вибірку показників ВВП України за 8 років: з 2002 по 2009 роки та обрані фактори впливу на внутрішній валовий продукт для визначення кореляційно-регресійної залежності між факторами та результатом.

© Русляков М. С., 2010

Розглянемо за допомогою кореляційно-регресійного аналізу залежність внутрішнього валового продукту від таких чинників:

1. Експорт товарів і послуг (млн дол.) – X_1 .
2. Імпорт товарів і послуг (млн дол.) – X_2 .
3. Фінансовий рахунок (сальдо прямих, портфельних та інших інвестицій) млн дол.) – X_3 .
4. Валютний курс (грн / дол.) – X_4 .
5. Індекс інфляції – X_5 .

Обсяг внутрішнього валового продукту позначимо за Y .

Було зроблено вибірку показників за сім років (табл. 1.) [1–3].

Таблиця 1

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу

Рік	ВВП за ПКВ (млн дол.)	Експорт товарів і послуг (млн дол.)	Імпорт товарів і послуг (млн дол.)	Фінансовий рахунок (млн дол.)	Валютний курс (грн/дол.)	Індекс інфляції
2002	42 393	23 351	21 494	-2 309	532,66	99,4
2003	50133	28 953	27 665	-2 052	533,27	108,2
2004	64 883	41 291	36 313	-7 060	531,92	112,3
2005	86 137	44 378	43 707	-2 595	512,47	110,3
2006	108 002	50 239	53 307	1 521	505,00	111,6
2007	143 190	64001	72 153	1 5127	505,00	116,6
2008	179 604	85612	100 132	9 519	526,72	122,3
2009	115 706	54 000	56 000	-12 500	779,12	112,3

Після опрацювання даних було отримане рівняння:

$$Y = 452394,9 + 3,3071X_1 - 0,0412X_2 + 1,277X_3 + 69,1584X_4 - 4906,01X_5.$$

Згідно з коефіцієнтом детермінації $R^2 = 0,9946$, можна зробити висновок, що рівень державної зовнішньої заборгованості головним чином пояснюється змінами обраних факторів (99,46 %), тобто X_1 – експорт товарів і послуг (млн дол.), X_2 – імпорт товарів і послуг (млн дол.), X_3 – фінансовий рахунок (млн дол.), X_4 – валютний курс (грн/дол.), X_5 – індекс інфляції. Існує тільки 0,54 % не врахованих чинників.

Після проведення аналізу за критеріями Фішера та Стьюдента було визначено:

1. За критерієм Фішера, з упевненістю у 95 % можна стверджувати, що модель є статистично значущою.

2. Згідно з критерієм Стьюдента була оцінена доцільність включення наведених вище факторів у модель. Таким чином, X_3 , X_4 , повинні бути виключені з моделі, тому що вони є меншими ніж t -розрахований і є статистично незначущими.

У таблиці подані коефіцієнти кореляції між пояснювальною і пояснювальними змінними та між пояснювальними змінними. Як бачимо, що найбільш щільний зв'язок між фактором і результатом є $r_{yx1} = 0,982563$ і $r_{yx2} = -0,9881835$, тобто між ВВП та експортом і імпортом; та $r_{yx5} = 0,916542$, тобто між ВВП та індексом інфляції. Між іншими факторами та результатом зв'язок досить слабкий (табл. 2). Також значний зв'язок між імпортом і експортом: $r_{x1x2} = -0,99486$, що вказує на можливість автокореляції.

Таблиця 2

Зв'язок між факторами та результатом

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y	1					
X1	0,98256	1				
X2	0,98818	0,99486	1			
X3	0,62687	0,59567	0,64338	1		
X4	0,04254	0,00485	-0,0225	-0,63753	1	
X5	0,91654	0,96651	0,95884	0,64091	-0,107	1

Тож, рівняння регресії матиме вигляд:

$$Y = 452394,9 + 3,3071X_1 - 0,0412X_2 - 4906,01X_5.$$

Коефіцієнт регресії при X_1 вказує на те, що при зміні експорту на 1 млн дол. ВВП зміниться на 3,3071 млн дол., коефіцієнт регресії при X_2 вказує на те, що при зміні імпорту на 1 млн дол. ВВП обернено пропорційно зміниться на 0,0412 млн дол., а коефіцієнт регресії при X_5 вказує на те, що при зміні індексу інфляції ВВП, обернено пропорційно зміниться на 4906,01 млн дол.

З кореляційно-регресійного аналізу видно, що найбільш вагомими факторами, які впливають на ВВП є експорт та імпорт товарів і послуг.

На графіку проілюстровано експорт і імпорт товарів та послуг України за 2002 – 2009 рр. (рисунок).



Рис. Динаміка зміни експорту та імпорту товарів і послуг за 2002 – 2009 рр.

Як видно з рисунка, до 2008 року відбувалося зростання як експорту, так і імпорту товарів і послуг значними темпами, що пов'язано із економічним зростанням у цілому, вдалою кон'юктурою зарубіжних ринків у цілому та зростанням як споживчого, так і інвестиційного попиту в країні [1]. До 2005 року включно сальдо товарів та послуг було позитивним (позначено "+" на рисунку), а починаючи з 2006 року – негативним і досягло свого максимуму у 2008 році (позначено "-" на рисунку). Це пов'язано, насамперед, з перевищенням темпів зростання імпорту товарів над темпами зростання експорту товарів [1, с. 3].

Надзвичайно малі темпи зростання експорту товарів пов'язані з погіршенням умов торгівлі та зменшенням світового попиту. Значною мірою такі низькі темпи зумовлені різким скороченням експорту продукції машинобудування та потужною експансією Китаю на ринках сталі та металопродукції, в якому виробництво чорних металів зросло на 24,6 %, порівняно зі світовими 5,9 % у 2005 році [1, с. 4].

Таким чином, виходячи з проведеного аналізу, слід відзначити, що найбільший вплив на формування структури ВВП мають такі фактори, як експорт та імпорту України, а також індекс інфляції. Тому задля вирішення проблеми зростання ВВП слід здійснювати вплив на визначені фактори.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Щоквартальне аналітично-статистичне видання Національного банку України "Платіжний баланс та зовнішній борг України за 2009 рік" // авт. кол. Гальчинський Т. А., Чепурнова Н. І., Березок Н. О. // Редакція періодичних видань Національного банку України. – 2009. 2. Міжнародний валютний фонд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/data.htm/> International Monetary Fund. – 2009. World Economic Outlook. 3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/Statist/Stat_data/Exchange_r.xls.

Янкова М. І.

УДК 314.7(477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА СТАНУ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Анотація. Проаналізовано міграційні процеси в Україні, проблеми міграції робочої сили та шляхи їх вирішення. Проведено багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз для виміру щільності зв'язку між факторними ознаками, що впливають на міграцію робочої сили.

Аннотация. Проанализированы миграционные процессы в Украине, проблемы миграции рабочей силы и перспективы их решения. Проведен многофакторный анализ для измерения плотности связи между факторными признаками, которые влияют на миграцию рабочей силы.

© Янкова М. І., 2010

Annotation. The migration processes in Ukraine, the problems of labor migration and the prospects of their solution are analyzed. A multiregression model to measure the density of the connection between factor variables that affect on labor migration has been made.

Ключові слова: міграція населення, еміграція робочої сили, державна міграційна політика, реіміграція, безробіття, дохід населення, попит на робочу силу.

Становлення ринкової економіки та розбудова незалежної держави призвели до кардинальних змін в усіх сферах суспільного життя. На цьому тлі значних трансформацій зазнали і міграційні процеси, зокрема міграція робочої сили.

Міграція робочої сили для України на даний час має переважно негативні наслідки. Мігрують, як правило, висококваліфіковані спеціалісти, але лише невеликий відсоток їх має гарантовану роботу і відповідні та трудові гарантії. Виїжджають за кордон у пошуках роботи молоді люди без певного рівня кваліфікації, які згодні на будь-яку роботу і низьку платню без усяких гарантій. Згубним для економіки країни, для формування її науково-технічного потенціалу є виїзд за кордон науково-технічних кадрів та підготовлених на сучасному рівні молодих спеціалістів. Це негативно впливає на темпи відновлення економіки України. Тому дослідження на дану тему є досить актуальним на сьогодні.

Важливість дослідження міграційних процесів зумовлена також стрімким зростанням їх обсягів, нарощуванням інтенсивності, поширенням на всю територію нашої країни, вагомим впливом на її економічний та соціальний розвиток. Особливе місце міграції робочої сили в сучасних умовах визначається насамперед її динамізмом, швидким реагуванням на зміни у суспільстві та економіці.

Метою дослідження є аналіз процесів міграції робочої сили на території України та виявлення факторів, що здійснюють вплив на міграцію.

Для реалізації поставленої мети був використаний комплекс методів: теоретичний огляд проблеми дослідження, графічний, математичний та аналітичний методи.

Проблеми міграції висвітлені у працях українських науковців, таких, як Лібанова Е. М., Новицький В. М., О. Позняк, Попова А. Х., О. Ярова та ін.

Активізація міграційних процесів в Україні обумовлена такими факторами, які притаманні міжнародному ринку робочої сили в цілому та регіональними особливостями, які характерні для нашої країни. До них слід віднести високий рівень безробіття і, особливо, прихованого; низький рівень заробітної плати, особливо в державному секторі; особливо відчутне зменшення зайнятості в наукоміських галузях економіки; низька ефективність заходів державної політики щодо підтримки самозайнятості в малому та середньому бізнесі. Вітчизняний ринок трудових ресурсів втрачає найбільш мобільну та найбільш конкурентоспроможну частину трудового потенціалу країни [1].

Для більш глибокого аналізу міграційних процесів України було побудовано кореляційно-регресійну модель залежності кількості емігрантів з України (Y) від рівня середньомісячної заробітної плати українців (X1), кількості безробітних (X2) та попиту на робочу силу (X3) за період 2000–2009 рр.

Отже, за допомогою інтегрованої програми статистичного аналізу "Regre" створено багатфакторну регресійну модель, рівняння якої має такий вид:

$$Y = 3340 + (-16,56 \cdot X_1) + 23,78 \cdot X_2 + 58,38X_3.$$

Перевіряючи значущість даної моделі з рівнем у 0,05 була висунена гіпотеза:

H0 : регресійна модель незначуща (H0 : A1 = A2 = ...Ap = 0)

H1 : регресійна модель значуща (H1 : хоча б один Ai ≠ 0, і змінюється від 1 до p.)

Перевіряючи гіпотезу за допомогою випадкової величини F, маємо розподіл Фішера – Снедекора.

Знайдено F_{набл} = 11,266, F_{крит} (0,05; 3; 6) = 4,76.

Оскільки F_{набл} > F_{крит} (0,05; 3; 6), то нульова гіпотеза відкинута, справедлива конкуруюча гіпотеза, тобто багатфакторна регресійна модель значуща.

Коефіцієнт детермінації D = 84,9236 %, отже, варіація результативної ознаки кількості емігрантів у середньому на 84,9236 % пояснюється за рахунок варіації факторних ознак, включених у модель (середньомісячна заробітна плата, кількість безробітних, попит на робочу силу).

У таблиці відображено, на скільки відсотків зміниться результативна ознака при збільшенні відповідної факторної ознаки на 1 відсоток.

Таблиця

Коефіцієнти еластичності

Факторна ознака	Зміна результативної ознаки (у %)
середньомісячна заробітна плата	-0,329
кількість безробітних	1,07
попит на робочу силу	0,181

Порівнюючи коефіцієнти еластичності у абсолютному розмірі, можна відмітити, що результативна ознака кількості емігрантів з України більш за все чутлива до змін факторної ознаки кількості безробітних.



Отже, проаналізувавши дані, можна проранжирувати фактори за рівнем впливу так:
кількість безробітних;
середньомісячна заробітна плата;
попит на робочу силу.

З метою зменшення еміграції робочої сили з України необхідне впровадження системи заходів, які повинні мати чітке внутрішнє і зовнішнє спрямування. До кількості перших належать заходи макроекономічної стабілізації та оздоровлення економіки – створення робочих місць, розвиток науково-дослідницької діяльності та підвищення ефективності науки та освіти, розширення іноземного інвестування тощо. Зовнішні заходи мають забезпечити цивілізовані форми виїзду працівників за кордон та можливість їх вільного повернення з-за кордону, ввезення валюти, а також гарантії нашим співвітчизникам захисту їхніх трудових прав за кордоном.

Також необхідно для більш ефективного використання трудових ресурсів запровадити систему моніторингу міграційних потоків населення й удосконалити законодавче забезпечення.

Суперечливість явища трудової міграції підводить до висновків про те, що основний зміст політики держави у відповідній сфері має полягати в мінімізації її негативних наслідків, максимальному використанні позитивних для громадян (у тому числі працівників-мігрантів) та суспільства результатів.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Передрій О. С. Міжнародні економічні відносини : навч. посібн. / О. С. Передрій. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 274 с. 2. Зовнішні трудові міграції населення України / за ред. Е. М. Лібанової, В. Позняка. – К. : РВПС України НАН України, 2002. – 206 с. 3. <http://ukrstat.gov.ua/>.

Альохіна А. В.

УДК 658.14

Студент 4 курсу

факультету економічної інформатики ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРИКЛАДНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто актуальність дослідження економіко-статистичної діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства. На основі розробленої структурно-логічної схеми діагностики засобами візуалізації процесів BPwin проведені структурно-динамічний аналіз стану підприємства, діагностику виробничої діяльності підприємства на підставі індексного методу, діагностику конкурентоспроможності підприємства за допомогою факторного аналізу.

Анотация. Рассмотрена актуальность исследования экономико-статистической диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия. На основе разработанной структурно-логической схемы диагностики средствами визуализации процессов BPwin были проведены структурно-динамический анализ состояния предприятия, диагностика производственной деятельности предприятия на основании индексного метода, диагностика конкурентоспособности предприятия с помощью факторного анализа.

Annotation. An urgency of research in economic-statistical diagnostics of the enterpriser's financial and economic activity is considered. On the basis of the developed structural and logical model of diagnostics by facilities BPwin following diagnostic techniques were conducted: structural-&-dynamic analysis of the enterpriser's state, diagnostics of enterpriser's production activity on the basis of index method, diagnostics of enterpriser's competitive ability using factor analysis.

Ключові слова: діагностика, підприємство, статистичний показник, фінансовий стан підприємства, діагностика виробничої діяльності, діагностика конкурентоспроможності.

Підприємства нашої держави працюють у динамічному середовищі в умовах непередбачуваності ринку, гострої конкуренції, мінливості внутрішнього та зовнішнього середовища.

Економіко-статистична діагностика стану підприємства як процес визначення критично важливих чинників його функціонування є основою формування відповідної реакції організації на їхню зміну для досягнення відповідних цілей [1].

Проте відсутність на багатьох вітчизняних підприємствах цілісної високоефективної системи діагностування стану підприємства, адекватної вимогам мінливого ринкового середовища та спрямованої на забезпечення стабільного і успішного господарювання, актуалізує проблему вдосконалення та розвитку науково-методичних підходів та інструментарію економіко-статистичної діагностики підприємства, застосування якої сприятиме підвищенню ефективності функціонування та соціально-економічному розвитку українських підприємств.

© Альохіна А. В., 2010

Беручи до уваги численні наукові розробки таких провідних науковців як Бланк І. О., Кизим М. О., Клебанова Т. С., Король В. С., Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Раєвцева О. В., Г. Саймон, Терещенко О. О., Тридід О. М., окремі проблеми прикладного характеру залишаються недостатньо дослідженими та методично забезпеченими і потребують подальшого розвитку. Зокрема подальших досліджень потребують теоретико-методичні підходи до оцінки кризи підприємств машинобудівної галузі та формування і послідовності реалізації діагностичних програм, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення і розробляти варіанти поведінки в умовах флуктуаційного та мінливого ринкового середовища [1].

З метою проведення економіко-статистичної діагностики стану промислового підприємства необхідно розробити модель здійснення діагностики, встановити умови впровадження економічної діагностики в систему управління діяльністю промислового підприємства, обґрунтувати систему показників-індикаторів економічної діагностики.

Актуальним інструментом економічної діагностики є засіб автоматизації проектування економічних систем – AllFusion Process Modeler (BPwin), призначений для проведення аналізу і реорганізації бізнес-процесів на підприємстві [2]. В основі моделювання BPwin є структурно-функціональний підхід заснований на декомпозиції системи на елементарні функції, тобто на функціональні підсистеми [3].

На рисунку представлений вигляд контекстної діаграми декомпозиції економіко-статистичної діагностики підприємства в стандарті IDEF0.

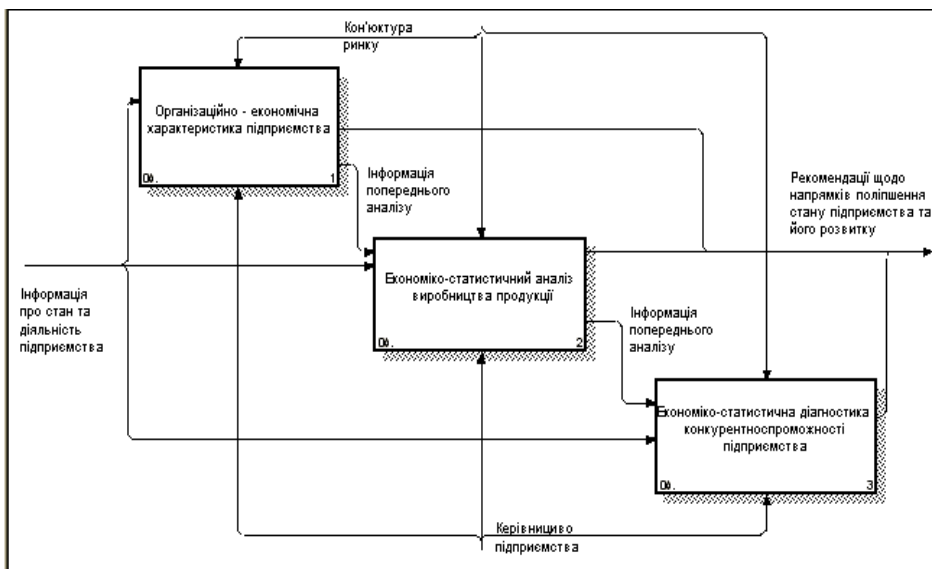


Рис. Діаграма декомпозиції процесу економіко-статистичної діагностики підприємства у стандарті IDEF0

Побудована модель становить процес економіко-статистичної діагностики підприємства, яке проводить господарські операції. Процес економіко-статистичної діагностики підприємства за допомогою декомпозиції розділено на 3 напрямки діагностики: організаційно-економічна характеристика підприємства; економіко-статистичний аналіз виробництва продукції; економіко-статистична діагностика конкурентоспроможності підприємства.

Блок аналізу організаційно-економічної характеристики підприємства поділяється на 4 групи діагностичних показників: показники наявності та ефективності використання основних фондів, показники складу персоналу підприємства та ефективності трудових ресурсів, показники наявності обігових коштів підприємства та ефективність їх використання, діагностичні показники фінансового стану підприємства.

Блок економіко-статистичний аналіз виробництва продукції декомпозуємо на 3 забезпечуючі процеси: аналіз динаміки обсягів виробництва продукції, індексний аналіз обсягів виробництва, кореляційно-регресійний аналіз виробництва продукції.

Блок економіко-статистичної діагностики конкурентоспроможності підприємства поділяється на 3 групи показників: показники технічних параметрів конкурентоспроможності підприємства, показники економічних параметрів конкурентоспроможності підприємства, показники нормативних параметрів конкурентоспроможності підприємства.

Побудова структурно-функціональної моделі економіко-статистичної діагностики підприємства сприяє кращому розумінню цього процесу та створенню правильної стратегії управління процесом діагностики. Таким чином, на основі побудованих схем, які відображають логіку проведення діагностики, можна сформулювати систему показників економіко-статистичної діагностики підприємства.

За результатами проведеної економіко-статистичної діагностики підприємства за вищезазначеними напрямками були отримані наступні результати.

Аналізуючи показники діяльності ТОВ "Східний Регіон" в 2005 – 2009 рр., можна свідчити, що воно стабільно розвивається. Так, за аналізований період дохід від реалізації продукції збільшився на 260,35 %, середньооблікова чисельність працівників збільшилась на 1 працівника, вартість виробничих фондів збільшилась на 984,7 тис. грн, рентабельність виробничої діяльності збільшилась на 1,8 %. Це зростання було пов'язано, перш за все, з наявністю попиту на продукцію, що реалізовується підприємством, наявністю бази клієнтів.



Аналіз показав, що обсяг виробництва щороку зростає у середньому на 23,5 %. Якщо оцінювати цей показник неупереджено, то можна зробити позитивні висновки, але необхідно врахувати, що в середньому сумарні витрати на виробництво продукції за рік збільшуються на 33,03 %, таке випередження не є позитивним. Зважаючи на той факт, що дохід від реалізації продукції в середньому щорічно зростає на 37,41 %, підсумок є позитивним. Тобто на 1 % зростання виробництва сумарні витрати збільшують на 1,4 %, а дохід від реалізації збільшується на 1,6 %, така ситуація пояснюється зростанням частки прибутку у вартості продукції підприємства.

Індексним методом проаналізовано вплив факторів на показник виручки від реалізації. Аналіз показав, що виручка від реалізації в 2009 р. порівняно з 2008 р. зросла на 13,3 %, що складає 1 343,7 тис. грн, за рахунок зменшення фондівддачі виручка скоротилась на 7,5 %, що складає 932,95 тис. грн, за рахунок зміни вартості ОВФ спостерігається зростання на 22,6 %, що складає 2 276,65 тис. грн. Інша факторна модель виявляє вплив продуктивності праці та середньооблікової чисельності працівників на показник виручки. За рахунок зростання продуктивності праці виручка зросла на 20,8 %, що складає 1 965,63 тис. грн, за рахунок зміни середньооблікової чисельності працівників спостерігається зменшення на 6,2 %, що складає 621,93 тис. грн.

Також позитивний вплив на зростання виручки від реалізації має зниження за період 2005 – 2009 рр. тривалості одного обороту сукупного капіталу на 7 днів, при цьому збільшилася величина коефіцієнта оборотності (з 2,185 до 2,285).

У процесі аналізу ефективності виробничої діяльності темпи зростання фондооснащеності праці зіставляються з темпами зростання продуктивності праці, за період 2005 – 2009 рр. середній темп зростання фондооснащеності праці складає 43,21 %, а середній темп зростання продуктивності праці – 37,31 %, тобто спостерігається випередження темпів зростання фондооснащеності праці над темпами зростання продуктивності праці, що з погляду економічної ефективності небажано.

Незважаючи на здебільшого позитивні результати діагностики, сьогодні перед підприємством стоїть гостра проблема завоювання ринків збуту продукції. Це досить складний процес в умовах, коли більшість будівельних організацій не працює, не ведеться будівництво нових виробничих площ, житла та купівельна спроможність населення доволі низька. Істотними проблемами, що впливають на діяльність підприємства є низька платоспроможність та нестабільність в Україні, стрімке зростання цін на сировину та матеріали, а також цінова конкуренція на ринку збуту серед підприємств, які випускають аналогічну продукцію.

На ринку виробництва устаткування для будівельної галузі діє безліч підприємств, основними конкурентами для ТОВ "Східний Регіон" є ЧП "Завод Металомонтаж", м. Дніпропетровськ, ЗМЗ – філії ВАТ "Автрамат", м. Харків, "ЕПОС", м. Волгоград, ООО "Завод Профилегибочного Оборудования Профиль-Ф", м. Липецьк, Промислово-торговий будинок "Станкоинструмент", м. Москва, Гомельський завод верстатних вузлів, станкозаводи Китаю DMTG і SMTCL, чеська компанія "ПРОМА", тайваньська компанія "Jet". Для того щоб мати перевагу над такою ж продукцією інших виробників, товариство впроваджує гнучку цінову політику для замовників, поліпшує рівень товарної продукції, удосконалює систему розрахунків з покупцями.

Отже, практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що було сформовано систему діагностичних показників для оцінки діяльності ТОВ "Східний Регіон", крім того, запропонований на підставі показників комплекс факторних моделей дозволив виявити напрямки подальшого удосконалення внутрішнього менеджменту підприємства.

Наук. керівн. Равенсва О. В.

Література: 1. Афанасьев М. В. Економічна діагностика : навчально-методичний посібник / М. В. Афанасьев, Г. В. Білоконенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 296 с. 2. Маклаков С. В. ВРwin, ERwin. CASE-средства разработки информационных систем / С. В. Маклаков. – М. : ДИАЛОГ-МИФИ, 2000. – 256 с. 3. Буч Г. Объектно-ориентированный анализ и проектирование с примерами / Г. Буч ; пер. с англ. – СПб. : Невский диалект, 2002. – 255 с.

Анфілова С. Ю.

УДК 31.551.5

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ІНДЕКСИ ЦІН: ПИТАННЯ МЕТОДИКИ ПОБУДОВИ

Анотація. Розглянуто систему (дерево) цін, яка часто використовується в аналітичній практиці. Дерево індексів має три основні гілки: блок SAH формул адитивної конструкції; мультиплікативний блок G; блок M позиційних середніх. Проблеми побудови та інтерпретації індексів зводяться до необхідності точного визначення, для яких саме процесів і даних, для яких цілей конструюється та використовується кожен індекс.

Аннотация. Рассмотрена система (дерево) цен, которая часто используется в аналитической практике. Дерево индексов имеет три основные ветви: блок SAH формул аддитив-

© Анфілова С. Ю., 2010

ной конструкції; мультиплікативний блок G; блок M позиційних середніх. Проблеми побудови та інтерпретації індексів зводяться до необхідності точного визначення, для яких саме процесів і даних, для яких цілей конструюється і використовується кожен індекс.

Annotation. The system (tree) indices, which is often used in analytical practice is studied. Tree index has three main branches: block SAH additive formula construction; multiplied block G; block M positional averages. Problems of construction and interpretation of the indices are reduced to the necessity of a precise definition for which it processes and data for any purpose is constructed and used by each index.

Ключові слова: динаміка цін, економічні індекси, система (дерево) індексів, адитивна структура, систематизація, товари-представники, мультиплікативне співвідношення.

Увага до проблематики вимірювання та аналізу динаміки цін з боку не тільки професіоналів-статистиків та економістів, але і широких громадських кіл нашої країни пояснюється багатьма причинами. У їх числі можна відзначити спрощене, часом тенденційне, відображення в офіційній статистиці процесів зростання цін і пояснюючих їх факторів; пов'язана з ним видозміна динаміки обсягів виробленої продукції, показників ефективності суспільного виробництва і рівня життя населення; фактичні зміни в механізмі функціонування економіки, що надають цінам велику динамічність та вимагають від них виконання регулюючих функцій на ринку і передбачають облік руху цін при перманентному вирішенні багатьох гострих соціальних питань; накопичені невідповідності та протиріччя в рівнях і співвідношеннях цін на багато товарів і послуг, що ускладнюють використання ціннісних показників при порівнянні між собою варіантів великих народногосподарських рішень, і в кінцевому рахунку, обмежують можливості реалізації ефективних напрямків в економічній політиці.

Розглянута окремо від економічної теорії і практики господарювання теорія економічних індексів [1], що вивчає індекси фізичних обсягів і цін, а також методи розрахунку заснованих на них показників дефлятора та обсягу продукції в незмінних цінах, не може створити необхідну для названих вище проблем методичну базу. Але вона дає важливий для неї елемент-набір понять і конструкцій індексів, що визначені за статистичними даними, які вважаються елементарними та не потребують спеціальних пояснень.

В аналітичній практиці часто використовується система (дерево) індексів (рисунок).

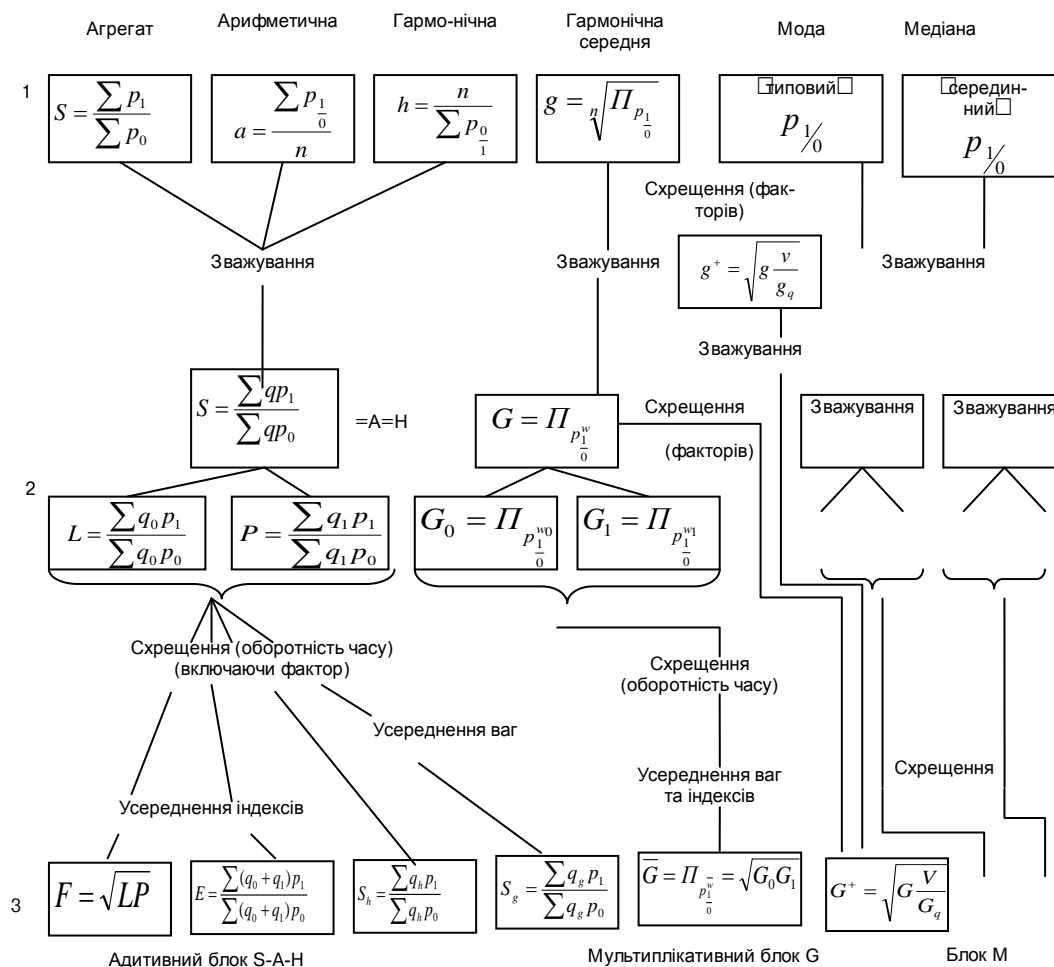


Рис. Дерево формул індексів цін



Аналіз літератури [2] показав, що дерево індексів має три основні гілки:

1. Блок SAH формул адитивної конструкції.
2. Мультиплікативний блок G.
3. Блок M позиційних середніх.

Частково з теоретичної, але головним чином з практичної точки зору, значимість цих блоків зменшується в порядку їх перерахування. Але на практиці переважно використовувались індекси адитивної структури.

Вивчаючи природу індексу зі статистико-методологічних позицій, аналітики переконуються в тому, що мають справу з багатограним об'єктом. Індекс становить одночасно співвідношення і середню. З одного боку, це складне, усереднене відношення на один з факторів деякої величини адитивної природи, з іншого – середнє відношення. Інденси, які розраховані для декількох періодів, з'єднуються один з одним як відношення за допомогою мультиплікативних операцій. Поява адитивності направляє розрахунок індексів у бік арифметичних і гармонічних середніх, а послідовність мультиплікативних співвідношень краще забезпечується середньою геометричною.

Теорія індексів ставить перед собою завдання систематизації прийомів, які їх породжують, формулювань системи теоретичних уявлень, з яких випливають основні індексні формули і в рамках яких вони набувають однозначної інтерпретації, аналізу властивостей індексів та з точки зору багатопільового використання, дослідження сумісності, відсутності протиріч наборів вимог до індексів, порівняння в загальному вигляді результатів, які одержані за допомогою найважливіших індексних формул, пояснення природи їх відмінностей.

Сучасні проблеми побудови та інтерпретації індексів зводяться до необхідності точного визначення, для яких саме процесів і даних, для яких цілей конструюється і використовується кожен індекс. Наприклад, якщо мова йде про індекс споживчих цін, то крім завдання набору товарів і послуг, що включаються до споживчого кошика (або декількох таких кошиків для різних груп споживачів), необхідно вибрати коло зареєстрованих у статистиці операцій, за даними яких розраховується індекс [3]. У цьому випадку мова йде про споживчі витрати й індивідуальні ціни на товари-представники, про ціни на споживані товари та послуги.

Таким чином, вибір товарів-представників [2], даних про обсяги їх виробництва та індивідуальні ціни, вибір ваг для поширення (зважування) субгрупових індексів цін на всю групу можуть вплинути на підсумковий індекс більш суттєво, ніж інші деталі методики його розрахунку. У той же час можливе коригування обсягів продукції в порівняльних цінах, що пов'язане з міркуваннями, які безпосередньо не враховують індекси цін товарів-представників. Підсумком такої поправки буде нове значення групового індексу цін, методика отримання якого виявляється незафіксованою, що ускладнює застосування фактично отриманих індексів і послаблює довіру до результатів перерахунків.

Наук. керівн. Серова І. А.

Література: 1. Чистенко Е. Е. Опыт построения агрегированного индекса инфляции в условиях переходной экономики / Е. Е. Чистенко // Статистика України. – 2005. – № 4. – С. 8–11. 2. Кевеш П. Теория индексов и практика экономического анализа / П. Кевеш ; пер. с венг. // вступительная статья Э. Б. Ершова. – М. : Финансы и статистика, 1990. – 303 с. 3. Артус М. М. Механизм ціноутворення та його функціонування в умовах ринку / М. М. Артус // Фінанси України. – 2004. – № 10. – С. 103–107. 4. Ревенко А. П. Стан та напрямки подальшого розвитку індексу споживчих цін в Україні / А. П. Ревенко // Статистика України. – 2002. – № 2. – С. 11–23.

Переверзєва Ю. М.

УДК330.59(477)

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Анотація. Наведено порівняльний аналіз якості життя населення України, країн СНГ та інших країн. Запропоновано ефективні заходи щодо підвищення розвитку людського потенціалу.

Анотация. Приведен сравнительный анализ качества жизни населения Украины, стран СНГ и других стран. Предложены эффективные мероприятия по повышению развития человеческого потенциала.

Annotation .The living standards of Ukrainian and other countries population have been analyzed. The effective measures of development of still human potential are offered.

Ключові слова: якість життя, людський потенціал, демографічний розвиток, доходи населення.

Однією з важливих умов підготовки реалістичного плану дій щодо ефективного та рівноправного співробітництва України з країнами ЄС є наявність чіткого уявлення про сучасний стан та відмінності якості життя населення країн-партнерів. Рівень і якість життя суспільства характеризуються сукупністю взаємопов'язаних соціально-економічних показників. Аналіз соціально-економічних показників може бути підґрунтям для виявлення тих соціально-економічних параметрів, що потребують особливої уваги в контексті наближення до європейських стандартів та визначення дієвих заходів для соціального захисту членів суспільства відповідно до вимог часу. Тому уявляється актуальним порівняльний аналіз у кількісному та часовому вимірах соціально-економічних показників України, країн СНГ та інших країн, які внаслідок успішних реформ вже стали частиною об'єднаної Європи. Чітке уявлення співвідношення рівня та якості життя населення України з європейськими нормативами є одним з основних складових для визначення орієнтирів соціально-економічного розвитку країни у контексті європейської інтеграції України.

Основним показником, який офіційно використовується фахівцями ООН для зіставлення оцінки якості життя населення в різних країнах світу, є індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП), який є узагальнюючим параметром мікросоціальної оцінки рівня розвитку країн та щорічно обчислюється для обраної групи країн за спеціальною програмою ООН. Він становить інтегральну оцінку трьох складових компонент, що характеризують довголіття, рівень освіти й доходи населення країн світу [1]. Значення рівня ІРЛП знаходяться в межах від 0 до 1. У світовій практиці використовують таку градацію країн за цим показником. Країни, які мають ІРЛП 0,8 і вище, відносять до групи країн з високим рівнем людського розвитку. При ІРЛП в межах 0,500 – 0,799 країни відносять до групи з середнім рівнем, а при ІРЛП менше 0,5 – з низьким рівнем людського розвитку.

На рисунку. наведено динаміку ІРЛП по Україні.

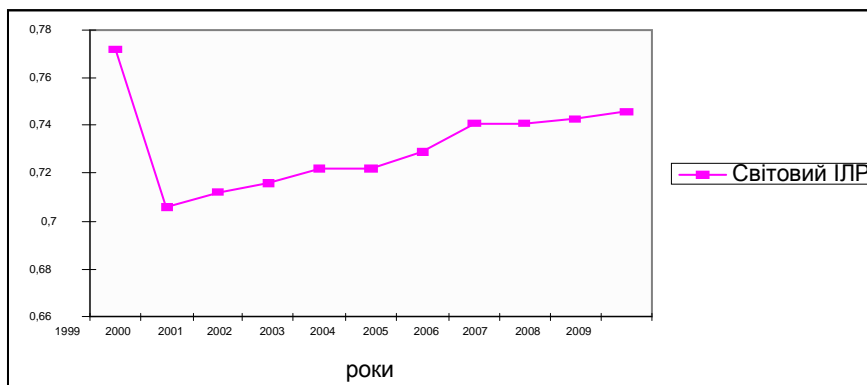


Рис. Динаміка ІРЛП за 1993 – 2009 рр.

Як видно з рисунка, ІРЛП, починаючи з 2000 р. має тенденцію до зростання, це пояснюється тим, що після економічного відновлення, яке почалося у 2000 році, покращилося фінансування деяких галузей, важливих для людського розвитку. Наприклад, у 2004 – 2008 роках дещо збільшилися асигнування на житло й комунальні послуги, як і асигнування на охорону здоров'я та освіту. Проте асигнування на охорону довкілля залишаються недостатніми, так само як і витрати на культуру та спорт.

Згідно з методологією ООН Україну віднесено до країн із середнім рівнем ІРЛП. Далі проведемо аналіз ІРЛП за його складовими компонентами (таблиця).

Таблиця

Індекс людського розвитку України за 2009 р. та його складові показники порівняно з деякими іншими країнами

Значення ІЛР	Очікувана тривалість життя при народженні (років)	Рівень письменності дорослої людини, %	Сукупна валова частка осіб, які вступили до початкових, середніх і вищих навчальних закладів, %	ВВП на душу населення (ПКС, дол. США)
1. Норвегія (0,971)	1. Японія (82,3)	1. Грузія (100)	1. Австралія (114)	1. Ліхтенштейн (85382)
83. Ліван (0,803)	108. Фіджі (68,3)	9. Латвія (99,8)	37. Сінгапур (91,3)	83. Боснія та Герцеговина (7032)
84. Вірменія (0,798)	109. Гренада (68,2)	10. Естонія (99,8)	38. Польща (91,2)	84. Габон (6954)
85. Україна (0,796)	110. Україна (68,2)	11. Україна (99,7)	39. Україна (90,0)	85. Україна (6914)
182. Нігер (0,340)	182. Замбія (44,5)	139. Малі (26,2)	27. Нігер (27,2)	184. Конго (298)

© Переверзева Ю. М., 2010



Середня очікувана тривалість життя – це показник людського розвитку, який надає найбільш усебічну інформацію про якість життя. Крім того, після падіння очікуваної тривалості життя на початку 1990-х років у Польщі та країнах Балтії з'явилася загалом стабільна тенденція до зростання цього показника, за останнє десятиріччя цей показник у зазначених країнах збільшився на 3 – 5 років. На відміну від цього, в Україні та інших країнах СНД очікувана тривалість життя в середньому зменшилася, особливо за останні 5 років. Як результат цих тенденцій, очікувана тривалість життя в Україні, яка на початку 1990-х була майже такою, як у Польщі (відповідно 70,5 і 71 рік у 1990 році), у 2005 році вже була на 7,7 року менше [2].

Є багато факторів, що впливають на очікувану тривалість життя, як глобального характеру – наприклад зміна клімату, так і специфічних для України – наприклад українська енергоефективність, яка значною мірою є причиною недостатнього постачання тепла та енергії.

Серед головних причин передчасної смертності, особливо надмірної смертності чоловіків працездатного віку, є несприятливий екологічний клімат, підвищення захворюваності та погані умови безпеки на робочих місцях. Однією із важливих причин поганого стану здоров'я є також поширення алкоголізму. Ще один важливий чинник, який скорочує очікувану тривалість життя в Україні, є паління: 58 % чоловіків і 14 % жінок віком старше 15 років палять, причому частка чоловіків, які палять, є значно вищою, ніж у всіх інших європейських країнах [2].

Ще одна причина надмірної передчасної смертності українського населення – низька якість медичного обслуговування. Співвідношення кількості лікарів і ліжок та чисельності населення України загалом відповідає європейським стандартам. Разом з тим медичний персонал не має у своєму розпорядженні сучасних засобів і апаратури; недостатньо уваги приділяється запобіганню небезпек для здоров'я, своєчасній діагностиці та лікуванню хвороб на ранніх стадіях.

З наведених у таблиці даних також видно, що Україна за компонентою "Освіта" (Рівень писемності дорослої людини) знаходиться практично на одному рівні з розвинутими країнами світу і значно відстає за компонентою "Доходи" (ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС)). Україну з ВВП 6 914 дол. США на рік на душу населення за ПКС було віднесено до групи країн з низьким рівнем, при чому у Росії цей показник склав 14 690 дол. США, Польщі – 15 987 дол. США, США – 45 592 дол. США [2].

Отже, згідно з наведеними даними, за рейтинговими оцінками Україна посідає непрестижні позиції за багатьма важливими параметрами. Поліпшити становище можливо завдяки системній реалізації комплексу загальнодержавних і регіональних цільових програм у сферах забезпечення конкурентоспроможності, поліпшення інвестиційного та підприємницького клімату, покращення якості життя населення.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Критерії в СОТ, ЄС та НАТО: інтеграційні перспективи України / В. Р. Сіденко, І. І. Жовкова, Т. М. Немиря, Г. М. Перспалиця. – К. : Інститут Євроатлантичного співробітництва, 2004. – 88 с. 2. Human Development Report. – 2009. – [Access mode]. – Режим доступу : <http://hdr.undp.org>. 3. Удотова Л. Ф. Соціальна статистика / Л. Ф. Удотова. – К. : КНЕУ, 2002. – 376 с.

Кузуб І. В.

УДК 331.522.4

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АНАЛІЗ КОН'ЮКРУРИ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Анотація. Проведено аналіз основних напрямків ринку праці в сучасній Україні. Визначено основні тенденції у сфері зайнятості, що на даний час мають велику проблему безробіття чоловічого населення порівняно із жіночим в різних вікових групах.

Аннотация. Проведен анализ основных направлений рынка труда в современной Украине. Определены основные тенденции в сфере занятости, что на данное время имеют большую проблему безработицы мужского населения сравнительно с женским в разных возрастных группах.

Annotation. The analysis of basic directions of labour-market in modern Ukraine was conducted. Basic tendencies in the field of employment, were certain that on this time have the large problem of unemployment of masculine population it is comparative with womanish in different age groups.

Ключові слова: кон'юнктура ринку праці, попит і пропозиція робочої сили, формування ринку праці.

В Україні ринок праці поки не забезпечує ефективну реалізацію своїх функцій, про що свідчить достатньо високий рівень безробіття. Тому актуальність питання кон'юнктури ринку праці в Україні є однією з найважливіших проблем, оскільки можливість і ефективність розвитку значного ступеня ринкової економіки визначає ефективністю функціонування ринку праці.

© Кузуб І. В., 2010



Метою статті є визначення основних напрямків статистичного аналізу ринку праці в сучасній Україні на основі вивчення формування ринку праці [1]. Згідно з обраною метою були поставлені такі завдання даної проблеми:

проаналізувати поточний стан ринку праці та визначити співвідношення між попитом та пропозицією робочої сили 2009 року.

визначити існуючі тенденції у сфері зайнятості, враховуючи зміни за статевіковими групами у 2009 році.

Ситуація на ринку праці в 2009 році має тенденцію до погіршення. Сьогодні існує велика проблема безробіття чоловічого населення порівняно із жіночим у різних вікових групах. Як видно з рис. 1, то найбільша частка безробітного населення у віці 15 – 24 роки спостерігається серед чоловіків. Порівняно з жінками цей рівень на 1,31 % більший. А найменша частка безробітного населення спостерігається серед у жінок і чоловіків у 50 – 59 років.

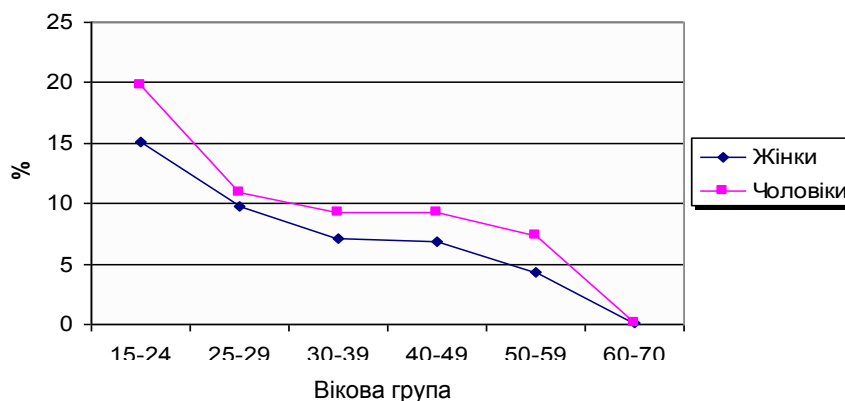


Рис. 1. Рівень безробіття населення за статтю та віковими групами

До вікової групи 15 – 24 роки відноситься підліткова група (молодь до 18 років), що представлена в основному учнями середніх шкіл і професійних училищ. Вони у більшості випадків не залучені до трудової діяльності. Молодь у віці 18 – 24 роки – це студенти та молоді люди, які закінчили професійну підготовку. Вони є найбільш уразливою групою, вступаючи на ринок праці [2], оскільки не мають достатнього професійного та соціального досвіду, і через це менш конкурентоспроможні.

Формування ринку праці в Україні за останній рік проходить в умовах одночасного зниження попиту й пропозиції робочої сили. Як видно з рис. 2, у 2009 році спостерігається зниження попиту та пропозиції серед населення України на робочу силу.

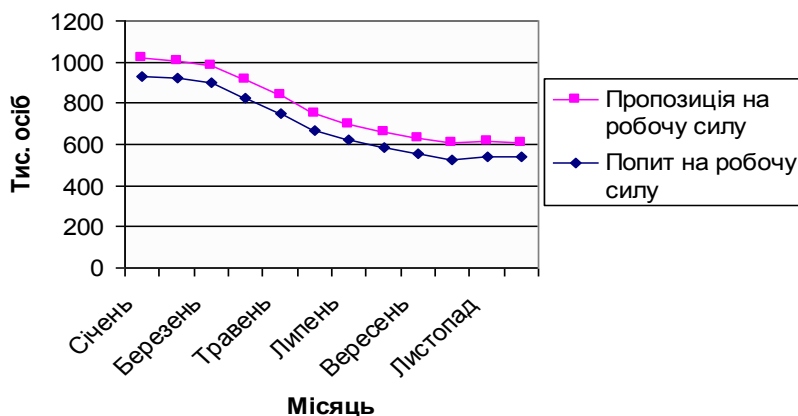


Рис. 2. Попит та пропозиція робочої сили у 2009 році

Необхідно зазначити, що безробіття в Україні на даний час має стійкий характер.

За даними державного комітету статистики найбільший дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили спостерігається в таких регіонах України, як у Закарпатському, Івано-Франківському, Кіровоградському, Рівненському, Сумському, Хмельницькому, Черкаському та Чернівецькому. До регіонів, які мають найкраще співвідношення між попитом та пропозицією, відносяться Дніпропетровський, Донецький, Полтавський, Харківський, а також місто Київ.



Ураховуючи проблеми ринку праці в умовах кризи, ці проблеми виявляються особливо гостро. Більшість розвинених країн уже сформували свій ринок праці, накопичили досвід вирішення проблем зайнятості і навчилися згладжувати виникаючі при цьому негативні наслідки.

У нашій країні ринок праці знаходиться на стадії реформування. Таким чином, особливості формування ринку праці, зайнятості і безробіття, проблеми регулювання в умовах переходу до ринку праці, регулювання в умовах кризи, регіональні аспекти безробіття і інші залишаються в даний час мало вивченими.

Наук. керівн. Гриневич Л. В.

Література: 1. Статистичний щорічник України / Державний комітет статистики України ; під ред. О. Г. Осауленка. – К. : Вид-во "Консультант", 2007. 2. Гриньова В. М. Ринок праці : теоретико-методологічні засади та напрямки розвитку : монографія / В. М. Гриньова, В. В. Самійленко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. 3. Статистична інформація – Електронні текстові дані. – К. : Державний комітет статистики, 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/base.htm>.

Самойленко Т. О.

УДК 339.13.

Студент 5 курсу

факультету економічної інформатики ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ

Анотація. Розглянуто проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення при вивченні кон'юнктури товарного ринку. Наведено основні етапи кон'юнктурного огляду на макро та мікрорівнях, а також запропоновано універсальний показник для дослідження кон'юнктури цих рівнів – коефіцієнт еластичності. При аналізі споживчої корзини за допомогою цього коефіцієнта виявлено тенденцію збільшення попиту на споживчі товари.

Аннотация. Рассмотрено проблемы информационно-аналитического обеспечения при изучении конъюнктуры товарного рынка. Приведены основные этапы конъюнктурного обзора на макро- и микроуровнях, а также предложен универсальный показатель для исследования конъюнктуры этих уровней – это коэффициент эластичности. При анализе потребительской корзины с помощью этого коэффициента выявлено тенденцию увеличения спроса на потребительские товары.

Annotation. The problems of information and analytical support for the study of conditions roaring trade are studied. The basic stages of opportunistic review at the macro and micro levels are given, a universal indicator to study conditions of these levels – is the coefficient of elasticity proposed. In the analysis of the consumer basket by means of this factor trend of increasing demand for consumer goods was revealed.

Ключові слова: кон'юнктура, еластичність, інформаційне забезпечення, дослідження ринку.

Нові умови господарювання, специфіка перехідної економіки визначають нові підходи щодо інформаційно-аналітичного забезпечення дослідження товарних ринків.

На сьогоднішній день ринкова статистика все ще залишається недостатньо розвинутою внаслідок відсутності єдиної методологічної бази збору, обробки та аналізу інформації про стан товарних ринків.

Основною метою дослідження товарних ринків є виявлення кількісних і якісних процесів, під впливом яких формується і розвивається ринок; зв'язки між ними, закономірності й тенденції їхнього розвитку, а також фактори, під впливом яких складаються ті чи інші співвідношення. Це зумовлює постановку таких завдань дослідження, як:

- збір і опрацювання статистичної інформації;
- оцінка й аналіз кон'юнктури ринку;
- характеристика обсягу, рівня й структури основних ринкових показників;
- оцінка й аналіз динаміки параметрів ринку;

– характеристика економічних і соціальних наслідків розвитку ринку, що конкретизуються залежно від специфіки окремих економічних категорій ринку та ринкових процесів [1].

Загальна мета дослідження ринку полягає у визначенні питань, що забезпечують найбільш повне задоволення попиту населення в товарах певної групи та створюють передумови для ефективного

© Самойленко Т. О., 2010

збуту виробленої продукції. Відповідно до цього цікавим, з аналітичної точки зору, є вивчення ринку через поточне співвідношення попиту і пропозиції на той чи інший вид продукту.

Аналіз літератури показав, що кон'юнктурне дослідження ринку товарів доцільно проводити як на макrorівні, так і на мікрорівні.

Традиційні методики аналізу даного процесу на макrorівні передбачають: проведення дієвої оцінки особливостей стану досліджуваного ринку та виявлення поведінки його суб'єктів; оцінку та аналіз потенціалу й основних пропорцій ринку; виявлення тенденцій його розвитку, сезонності, циклічності та побудову прогнозу. Але в науковій літературі [2] питанням інформаційно-аналітичному забезпеченню приділяється мало уваги, тому буде доцільним визначення певної послідовності здійснення аналізу кон'юнктури, що дасть змогу сформувати базове теоретичне підґрунтя дослідження. Така послідовність матиме наступний вигляд:

дослідження основних рис та особливостей ринку → оцінка динаміки розвитку структурних елементів кон'юнктури → розробка системи показників кон'юнктури → збір і накопичення кон'юнктурної інформації → моніторинг чинників, які впливають на кон'юнктуру ринку → вибір методів прогнозування і прогноз кон'юнктури.

На першому етапі правомірною є класифікація ринків за різними ознаками залежно від цілей кон'юнктурних досліджень й відокремлення його особливостей.

Оцінка динаміки розвитку структурних елементів кон'юнктури передбачає використання таких основних індикаторів ринкової ситуації, як попит, пропозиція і ціна.

Оцінювання рівня розвитку ринку базується на системі показників, що залежно від певного типу ринку потребує уточнення та зміни принципу їх агрегації.

Збір та накопичення кон'юнктурної інформації є одним із найбільш важливих і трудомістких етапів аналізу. Тому інформаційна база кон'юнктурного аналізу повинна:

- мати організовану структуру, що дозволяла б періодично отримувати інформацію про різні події, котрі відбуваються на ринку;
- оновлюватись з певною періодичністю;
- мати добре налагоджену аналітичну систему маркетингу, яка б охоплювала прогресивні засоби аналізу даних і проблемних ситуацій.

Вплив чинників на елементи структури ринку визначає їх моніторинг. Якщо макрочинниками є національний дохід, показники виробництва за групами галузей, показники товарного обороту, показники споживання, то мікрочинниками – це показники виробництва і споживання продукції на ринку, нові виробничі потужності.

Результативною частиною кон'юнктурних досліджень прийнято вважати прогнозування. На сьогоднішній день проблема прогнозування кон'юнктури будь-якого ринку в Україні, внаслідок швидких змін зовнішнього середовища, стала особливо складною. Прогнозні зміни кон'юнктури неоднакові на різних товарних ринках. Тому в системі кон'юнктурних прогнозів необхідно здійснювати облік відмінностей економічного і соціального розвитку.

З метою вивчення потенціалу ринку та його частки, оцінювання рівня задоволення споживачів у певних групах товарів, відстеження схеми ціноутворення доцільним буде проведення кон'юнктурних оглядів, що дозволить провести комплексний аналіз на мікрорівні.

Традиційно кон'юнктурний огляд передбачає основні етапи [3]:

- оцінювання кон'юнктури ринку в поточному періоді;
- прогноз основних показників;
- пропозиції та рекомендації щодо поліпшення умов на ринку.

На першому етапі кон'юнктурного огляду підприємства повинні проводити збір інформації щодо виробництва, постачання, продажу, запасів товару, ритмічності поставок. Цей етап включає оцінку результатів спеціальних спостережень за темпами оновлення асортименту та зміни якості товару, а також характеристику попиту.

На другому етапі необхідно здійснювати прогноз тих товарів, яких на ринку бракує, і тих, що виявляються в надлишку. Сюди входить аналіз змін, які можуть відбутися в продажі й товарних запасах. Одне з головних завдань даного етапу – виявлення проблем, які можуть виникнути в процесі виконання договірних зобов'язань під впливом кон'юнктури, що складається на ринку.

На третьому етапі здійснюються заходи, які слід вживати з метою вдосконалення графіків поставок, налагодження прямих зв'язків, зміни сегментів ринку. Цей етап включає рекомендації щодо обсягу товарів, які потрібно зменшити або збільшити, чи зовсім зняти з виробництва.

Поєднання макrorівневих й мікрорівневих досліджень передбачає необхідність використання відносно універсального показника. На думку автора, таким показником є еластичність, тому що дозволяє виявити зміну попиту і пропозиції, їх збалансованість.

Аналіз споживчого кошика за допомогою показника еластичності показав, що при збільшенні доходу на 1 % попит у 2009 році на продовольчі товари: молоко і молочні продукти, цукор, олію та інші рослинні жири, яйця збільшуються відповідно на 0,104 %, 0,14 %, 0,019 %, 0,14 %, а от попит на хліб і хлібні продукти при збільшенні доходу на 1 % зменшується на 0,085 %, при збільшенні доходу на 1 % споживання м'ясопродуктів збільшується на 0,2 %.

При розрахунку коефіцієнта еластичності під впливом індексу споживчих цін за 2009 рік можна відзначити, що при збільшенні ІСЦ на 1 % споживання продовольчих товарів зменшується на 0,29 %.



При порівнянні показників еластичності попиту споживання продуктів залежно від доходу й індексу споживчих цін можна зробити висновок, що еластичність попиту товарів споживання більш залежить від ІСЦ, ніж від їх доходу.

Таким чином, систематичні дослідження товарних ринків можуть відігравати роль інформатора громадськості, суб'єктів підприємницької діяльності, органів державного управління про характер розвитку ринку, про процеси, що на ньому відбуваються, у яких зацікавлене суспільство в цілому як на державному, регіональному, так і на мікрорівнях.

Наук. керівн. Сєрова І. А.

Література: 1. Кокарев І. В. Дослідження товарних ринків в умовах ринкової економіки / І. В. Кокарев // Статистика України. – 2002. – № 1. С. 57–62. 2. Кучеренко В. Р. Основи економічної кон'юнктури : навч. посібн. / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с. 3. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посібн. / Л. І. Крамченко. – Львів : Львівська комерційна академія, 2002. – 188 с.

Тихомирова А. С.

УДК 336.143.2

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Анотація. Обґрунтовано необхідність здійснення аналізу бюджетної політики за сучасних кризових явищ. Проаналізовано економічну літературу та виділено напрями статистичного аналізу бюджетної політики. Здійснено узагальнення економіко-статистичних підходів до аналізу цього питання. Звернуто увагу на методи адаптивного прогнозування та їх важливість у сучасних економічних умовах.

Аннотация. Обоснована необходимость проведения анализа бюджетной политики при современных кризисных явлениях. Проанализирована экономическая литература и выделены направления статистического анализа бюджетной политики. Обобщены экономико-статистические подходы к анализу этого вопроса. Обращено внимание на методы адаптивного прогнозирования и их важность в современных экономических условиях.

Annotation. The necessity of realization of analysis of the budget policy in the current context is proved. The economic literature is analyzed and the directions of statistic analysis of budget policy are outlined. Economical-statistic approaches of analysis of this question are summarized. Makes accent on the methods of adaptive forecasting and their importance in the contemporary economic conditions.

Ключові слова: бюджет, бюджетна політика, бюджетна система, статистичне дослідження, доходи бюджету, видатки бюджету, прогнозування бюджету.

У сучасних кризових умовах першочерговим завданням постало вирішення проблеми формування ефективної державної політики, яка б сприяла подоланню спаду виробництва і стабілізації економіки, стимулюванню розвитку пріоритетних сфер діяльності та структурних перетворень, стримуванню інфляційних процесів та створенню найсприятливіших умов для стимулювання ділової інвестиційної активності і розвитку підприємництва. Саме необхідність вирішення наведених проблем і визначає необхідність проведення дослідження сучасного стану та перспектив розвитку бюджетної політики в Україні.

Для здійснення дослідження бюджетної політики належну увагу необхідно приділити використанню статистичних методів, які дозволяють: здійснювати контроль за надходженням і витратами грошових коштів державного бюджету; вивчати структуру бюджету та окремих його частин; динаміку бюджету; аналізувати в динаміці співвідношення окремих статей державного бюджету та закономірності розподілення грошових коштів; аналізувати вплив факторів на доходи і витрати державного бюджету; визначати зв'язки між доходами і витратами державного бюджету [1, с. 9; 2, с. 53].

Аналіз економічної літератури [1 – 4] дозволяє чітко розподілити методи аналізу бюджетної політики на дві групи: до першої групи входять методи описової статистики (структурно-динамічний аналіз, аналіз графіків і таблиць); до другої групи відносяться методи економіко-математичного моделювання (кореляційно-регресійні моделі та моделі короткострокового прогнозування). Узагальнення результатів проведеного дослідження наведено у таблиці.

© Тихомирова А. С., 2010

Характеристика економіко-статистичних методів дослідження бюджетної політики

Назва методу	Характеристика
Вивчення статистичних показників динаміки	Передбачає побудову динамічних рядів, розрахунок абсолютних та відносних показників зростання, приросту, темпу зростання, приросту, абсолютного значення 1 % приросту, середнього абсолютного приросту, середнього рівня ряду динаміки, середнього темпу зростання
Вивчення статистичних показників рівня виконання	Характеризують ступінь використання бюджету в його прибутковій і видатковій частинах згідно з основними підрозділами бюджетної класифікації. Показник виконання плану – це відношення фактичного обсягу доходів (витрат) бюджету до плану, відображене у процентах
Вивчення статистичних показників структури	Дослідження пропорційності розподілення за допомогою коефіцієнтів локалізації і концентрації та аналіз структурних відмінностей за допомогою лінійного та середнього коефіцієнта абсолютних структурних зрушень, які дозволяють отримати зведену оцінку швидкості зміни питомої ваги окремих частин сукупності, індексу Салаї, Рябцева, які демонструють відмінності між ознаками у структурі
Вивчення закономірностей формування	Аналіз закономірностей формування доходів і витрат державного бюджету на всіх рівнях бюджетної системи під впливом зростання податкової бази та зміни в оподаткуванні
Вивчення доходів із застосуванням індексного методу	Обчислення кількісного впливу найважливіших макроекономічних показників (ВВП, ВНП, ВНД) на доходи та витрати державного бюджету
Прогнозування доходів і видатків бюджету	Проведення аналітичного вирівнювання з метою виявлення основної тенденції зміни показників у часі, визначення параметрів a і b за допомогою методу найменших квадратів і продовження тенденції, яка спостерігалась у минулому, на майбутнє, також використання адитивного прогнозування методом Брауна – Холта, Холта – Уінтерса
Вивчення впливу факторів	Розрахунок впливу зміни факторних ознак частки податків, прямих податків, непрямих податків, податку на прибуток у загальній сумі надходжень до держбюджету на результативну ознаку, абсолютний розмір зміни бюджетних витрат за рахунок середнього розміру бюджетних витрат на душу населення або контингенту і середньої чисельності населення
Вивчення еластичності	Розрахунок співвідношення темпів приросту податкових надходжень і темпів приросту ВВП, яке демонструє, наскільки відсотків збільшиться сума податкових надходжень до держбюджету при підвищенні ВВП на 1 %
Кореляційно-регресійний аналіз	Побудова моделей при плануванні доходів бюджету на основі доходів зведеного бюджету, ВВП та податкового боргу країни

Аналіз літератури щодо статистичного вивчення доходів і видатків державного бюджету дав змогу зробити висновок, що вчені пропонують проводити його за багатьма напрямками. Традиційно науковці вказують на необхідність вивчення показників динаміки та структури доходів і видатків бюджету. Проте дослідження рівня виконання та еластичності відносно основних макроекономічних показників, а також їх прогнозування за допомогою екстраполяції трендів є не менш важливим при статистичному вивченні даних показників [5, с. 95; 6, с. 45].

Не менш важливим напрямом аналізу є вивчення дефіциту державного бюджету, який характеризує результати фінансової діяльності держави. Величину дефіциту державного бюджету прийнято зіставляти з показником обсягу ВВП. Якщо відношення бюджетного дефіциту до показника ВВП не перевищує 3 %, фінансове становище країни вважається нормальним.

З метою характеристики масштабів перерозподільних процесів у країні за допомогою державного втручання розраховують відношення доходів державного бюджету до рівня ВВП.

Таким чином, використання економіко-статистичних методів у дослідженні бюджетної політики дозволяє стверджувати, що немає спеціалізованих методів для вирішення даного питання, широке розповсюдження отримали традиційні методи статистики, але в умовах, коли соціально-економічна ситуація змінюється досить швидко, необхідні методи, які спроможні надати характеристику цим процесам. Тому доцільно використовувати методи короткострокового прогнозування, які є основою для прийняття зважених управлінських рішень на перспективу.

Отже, процес статистичного дослідження бюджетної політики є дуже важливим і має на меті виконання важливих завдань на державному рівні, здійснення яких підкріплюється результатами використання вищевказаних методичних підходів.

Наук. керівн. Гриневич Л. В.

Література: 1. Богородская Н. А. Статистика финансов : учебн. пособ. / Н. А. Богородская. – СПб. : СПбГУАП : 2004. – 136 с. 2. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія) : навч. посібн. / В. М. Опарін. – 2-ге вид. – К. : КНЕУ, 2006. – 134 с. 3. Федосов В. М. Сутність і проблематика бюджетування: українські реалії / В. М. Федосов, Т. С. Бабич // Фінанси України. – 2008. – № 1. – С. 3. 4. Лугінін О. Є. Статистика : [підручник] / О. Є. Лугінін, С. В. Білоусова. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 580 с. 5. Шустіков А. А. Фінансова статистика : [навч.-метод. посібн. для самост. вивчення дисципліни] / А. А. Шустіков. – К. : КНЕУ, 2003. – 205 с. 6. Фінансово-банківська статистика / П. Г. Вашків, П. І. Пастер, В. П. Сторожук, Є. І. Ткач. – К. : Либідь, 2007. – 512 с. 7. Фінансова статистика / А. В. Головач, В. Б. Захожай, Н. А. Головач, Г. Ф. Шепітко. – К. : МАУП, 2002. – 220 с. 8. Павлюк К. В. Бюджет і бюджетний процес в умовах транзитивної економіки України : [монографія] / К. В. Павлюк. – К. : НДФІ, 2006. – 584 с. 9. Чугунов І. Я. Фінансово-бюджетні відносини: аналіз тенденцій розвитку в умовах трансформації економіки : [монографія] / І. Я. Чугунов, С. Л. Лондар ; за ред. В. Є. Юринець. – К. : Міністерство фінансів України ; Львівський національний університет імені Івана Франка, 2002. – 203 с.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Анотація. Розглянуто соціальний захист населення як форма розподілу матеріальних благ. Приділено увагу дослідженню проблем і механізмів пенсійного забезпечення.

Аннотация. Рассмотрено социальную защиту населения как форму распределения материальных благ. Уделено внимание исследованию проблем и механизмов пенсионного обеспечения.

Annotation. The social defence of population as a form of distributing of material welfares are studied. The attention is paid to research of problems and mechanisms of the pension providing primary.

Ключові слова: соціальний захист, доходи населення, пенсійне забезпечення, природний рух населення, демографічне навантаження

В умовах ринкової трансформації українського суспільства особливого значення набуває вирішення проблем соціального захисту населення, положення відносно якого обумовлено конституційним правом громадян України [1].

Специфіка соціального захисту населення виражається в тому, що вона є формою розподілу матеріальних благ не в обмін на витрачені зусилля в процесі трудової діяльності, а в цілях задоволення фізичних, соціальних і інших потреб людей похилого віку, хворих, безробітних, осіб, що мають мінімальні доходи, – словом, тих, хто не здатний самостійно забезпечити гідне життя собі і своїй сім'ї, а також усіх членів суспільства в цілях охорони здоров'я і нормального відтворення робочої сім'ї (рис. 1).

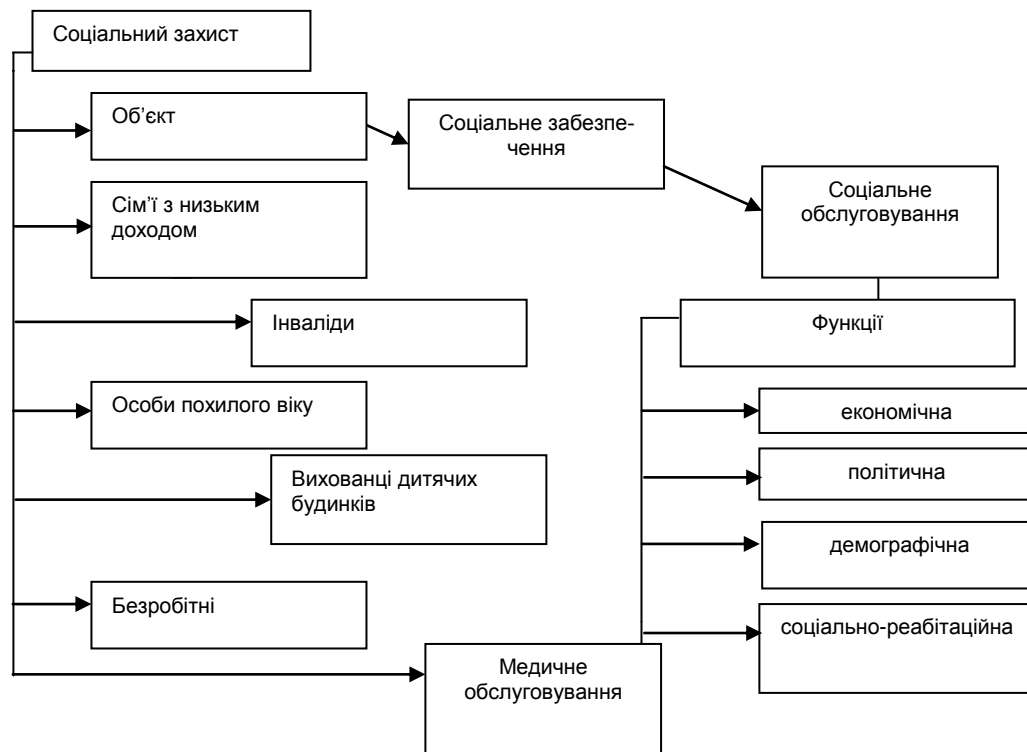


Рис. 1. Структура соціального захисту населення

Вивчення тенденцій і проблем відтворення населення завжди було основою макроекономічних досліджень суспільного розвитку. На противагу ідеям жорсткого обмеження засобів до існування робітничих верств населення, зокрема шляхом приведення заробітної плати до межі фізіологіч-

ного прожиткового мінімуму, з посиленням соціальних функцій держави сформувалися протилежні наукові погляди на функціонування системи соціального захисту як працездатного (в тому числі зайнятого), так і непрацездатного населення.

Громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом. Це право гарантується загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням за рахунок страхових внесків громадян, підприємств, установ і організацій, а також бюджетних та інших джерел соціального забезпечення; створенням мережі державних, комунальних, приватних закладів для догляду за непрацездатними. Пенсії, інші види соціальних виплат та допомоги, що є основним джерелом існування, мають забезпечувати рівень життя, не нижчий від прожиткового мінімуму, встановленого законом.

Одним з найважливіших напрямків практичного застосування концепції соціального партнерства, що також є невіддільним від статистичного аналізу демографічних тенденцій, є дослідження проблем пенсійного забезпечення.

Проблеми пенсійного забезпечення населення України, зокрема в аспекті змін демографічної структури населення та її впливу на соціальне забезпечення, досліджують багато вчених, зокрема Е. Лібанова, В. Яценко, О. Макарова, В. Шишкін, Г. Старенко та ін. При ґрунтовному аналізі тенденцій демографічних змін і їх окремих наслідків для соціально-економічного розвитку країни недостатньо дослідженими залишаються базові передумови пенсійної реформи: можливі зміни співвідношення чисельності населення працездатного та пенсійного віку, чинники змін середньої тривалості життя та дожиття до пенсійного віку, спроможність солідарної пенсійної системи до фінансового забезпечення пенсіонерів без поглиблення тінізації заробітної плати на тлі зменшення чисельності потенційних платників пенсійних внесків.

Зважаючи на це, в дослідженні проблем і механізмів пенсійного забезпечення першочерговою є потреба виявлення демографічних передумов можливих змін.

Процес старіння населення підтверджується і зростанням середнього та медіального віку (таблиця) з переважанням середнього віку над медіальним. При дослідженні тенденцій зміни складу населення в Україні необхідно встановити, які з соціально-економічних процесів найбільше впливають на зміни в демографічній структурі.

Таблиця

Середній і медіальний вік населення України

Рік	Середній вік		Медіальний вік	
	чоловіки	жінки	чоловіки	жінки
1993	34,0	39,3	32,7	38,2
1996	34,5	39,7	33,9	38,8
1999	35,4	40,4	34,2	39,6
2002	36,2	41,0	34,9	40,7
2005	37,0	41,6	35,4	41,6
2008	37,7	42,0	35,8	42,4
2009	38,0	42,5	36,4	43,0

З таблиці видно, що вік середньостатистичного громадянина України більше медіального. У період 1993 – 2009 рр. середній вік населення України збільшився на 3,2 роки. Причому жінки значно старші за чоловіків, що пояснюється вищими показниками смертності останніх [2].

Сучасний демографічний стан населення України дослідниками визначається як кризовий. Підвищується смертність, зменшується народжуваність. Рівень смертності населення України вже став перевищувати рівень народжуваності. Це, зрештою, призвело до депопуляції, тобто зменшення загальної кількості населення України. Можна зробити висновок, що основною причиною зазначених демографічних змін (зокрема старіння населення) є негативні тенденції природного руху. Отримані значення природного приросту населення наведені на рис. 2.

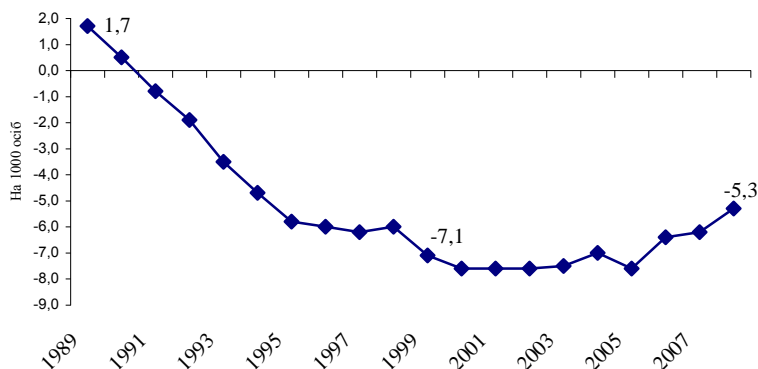


Рис. 2. Природний приріст населення України



Починаючи з 1993 року коефіцієнт природного руху населення України був негативним, причому з кожним наступним роком він збільшувався. Деяка позитивна тенденція порівняно з попереднім періодом спостерігалася у 2009 році, коли відбулося зростання чисельності народжених на 7 % і зменшення чисельності померлих на 1 %, що можна пояснити суттєвим збільшенням розміру допомоги при народженні дитини з 01.03.2009 р. та деяким підвищенням рівня життя населення.

Отже, проведений аналіз природного руху населення дає підстави стверджувати, що до значних змін у демографічній структурі населення України та до скорочення його загальної чисельності, в першу чергу, призвело суттєве зменшення і підвищення смертності. Негативні наслідки природного руху спричинили депопуляцію населення, що навіть за умов урегулювання міграційних процесів гальмувало збільшення загальної його чисельності.

У рамках здійснюваного аналізу варто дослідити, як змінилося за цей період демографічне навантаження на працездатне населення (рис. 3).

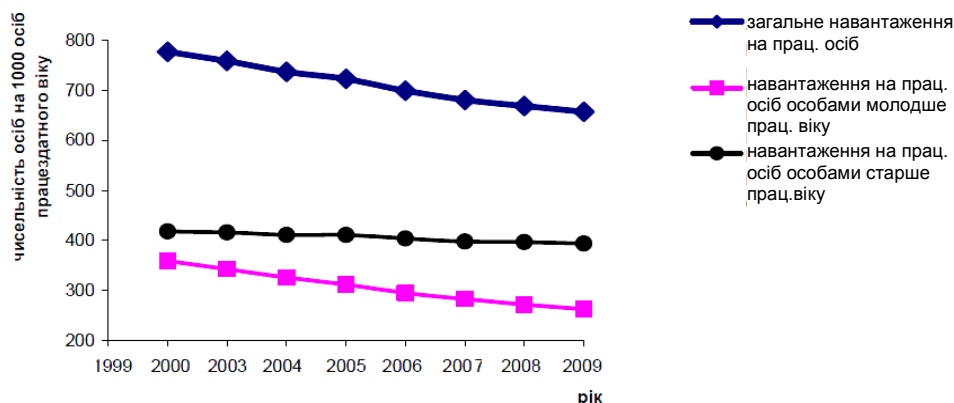


Рис. 3. Демографічне навантаження на працездатне населення непрацездатним

Виходячи із рис. 3, можна зробити висновок, унаслідок зрушень у віковій структурі населення спостерігаються зміни в демографічному навантаженні. Зокрема демографічне навантаження на працездатне населення у 2009 році порівняно з 1999 роком зменшилося на 17 %. Але це відбулося через значне зменшення демографічного навантаження на працездатне населення особами, молодшими працездатного віку (на 36 %), при цьому демографічне навантаження пенсіонерами збільшилось у 2009 році порівняно з 1999 роком на 4 %. Враховуючи попередньо виявлені тенденції природного руху, можна прогнозувати зменшення чисельності економічно активного населення, зростання демографічного навантаження та поглиблення проблем пенсійного забезпечення. Але навіть не вдаючись до довгострокових прогнозів формування та використання коштів Пенсійного фонду, демографічні чинники сучасних проблем фінансового забезпечення пенсіонерів очевидні: демографічне навантаження залишається досить високим і у 2009 році становило на 1000 осіб працездатного віку 695 непрацездатну особу, в тому числі 395 осіб пенсійного віку.

З огляду на значне демографічне навантаження і проблеми в пенсійному забезпеченні, що виникають у зв'язку з цим, необхідно розпочати реформу пенсійної системи України. Нова пенсійна система має мінімізувати вплив негативних демографічних тенденцій та гарантувати дохід особам, які працювали та здійснювали пенсійні відрахування, після досягнення ними пенсійного віку.

Зважаючи на це, найбільш доцільним є реформування пенсійної системи в напрямі прискорення запровадження обов'язкового накопичувального рівня пенсійного забезпечення. Проблемою, що потребує подальших досліджень, є структурне регулювання переходу до багаторівневої пенсійної системи, зокрема розробки підходів до урахування здійснених у солідарну систему пенсійних внесків залежно від тривалості трудової діяльності та відповідного визначення структурних співвідношень між солідарною та накопичувальною складовою для кожної групи населення при здійсненні пенсійної реформи. За умови обґрунтування відповідних співвідношень сучасні проблеми державного пенсійного забезпечення значно послабляться, оскільки працездатні особи самостійно забезпечуватимуть вид змін у демографічній структурі населення.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – К.: Преса України, 1997. – 80 с. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Розглянуто аналіз стану та тенденцій ринку праці в сучасних умовах на основі даних Державного комітету статистики; динаміку рівня зайнятості населення країни та попит і працевлаштування робочої сили на зареєстрованому ринку праці. Виділено основні тенденції щодо зареєстрованого безробіття.

Аннотация. Рассмотрен анализ состояния и тенденций рынка труда в современных условиях на основе данных Государственного комитета статистики; динамика уровня занятости населения страны и спрос и трудоустройство рабочей силы на зарегистрированном рынке труда. Выделены основные тенденции зарегистрированной безработицы.

Annotation. The status and trends in the modern labor market conditions based on data of State Statistics Committee, the dynamics of employment of population are studied and employment demand and labor on the labor market registered. The basic trends unemployment in registered.

Ключові слова: ринок праці, зайнятість, безробіття, динаміка.

Роки побудови незалежної держави та реформування економіки України характеризуються відсутністю вирішення на належному рівні проблем функціонування ринку праці. Наслідки глибокої економічної кризи в Україні зумовлені не лише зовнішніми чинниками, але й низкою внутрішніх як економічних, так і політичних чинників, серед яких можна виділити незадовільне використання трудового потенціалу суспільства, регіонів, окремих підприємств, що і вимагає серйозних змін у підходах до управління трудовими ресурсами.

Показник зайнятості – найважливіша характеристика використання людських ресурсів у сучасній економіці будь-якої країни. Цей показник є як адекватним індикатором поточного стану економіки країн та їх регіонів, так і інформаційною основою для розробки обґрунтованої соціально-економічної політики та оцінки її ефективності. Сьогоднішня глибока економічна криза в Україні зумовлена не лише зовнішніми чинниками, але й низкою внутрішніх як економічних, так і політичних чинників, серед яких можна виділити незадовільне використання трудового потенціалу суспільства, регіонів, окремих підприємств, що і вимагає серйозних змін у підходах до управління трудовими ресурсами. Негативний вплив економічної кризи на розвиток вітчизняного ринку праці проявився через наростання соціальних шоків, пов'язаних із зростанням рівня безробіття та втратою можливостей працевлаштування економічно активного населення [1].

Теоретичне підґрунтя для розв'язання проблем ефективного регулювання зайнятості має значні історичні нагромадження. Важливою передумовою активізації досліджень у цьому напрямі було становлення ринкової економіки. Вирішенню проблем функціонування ринку праці, питанням розширення зайнятості населення, зниження безробіття та державного регулювання цих процесів присвячені дослідження науковців П. Нікіфорова, Д. Богині, С. Герасименка, В. Онікієнка, Ю. Краснова, Е. Лібанової, Г. Дмитренка, М. Ярошенка, О. Пономарьової та ін.

Розглянемо динаміку рівня зайнятості населення країни (рис.1).

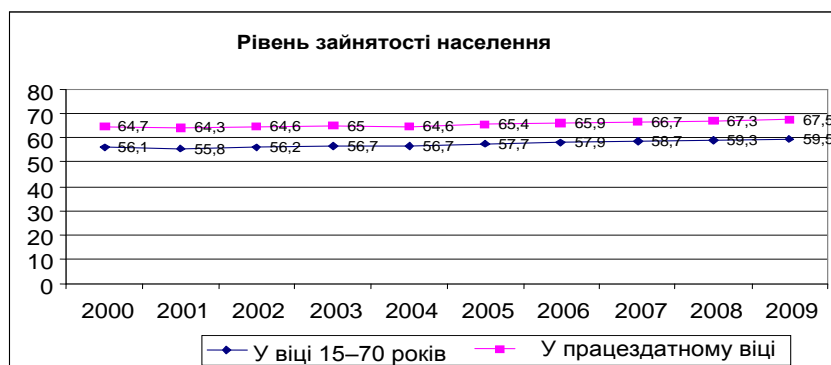


Рис.1. Динаміка рівня зайнятості населення

Побудувавши графік, можна зазначити, що за аналізований період спостерігається незначне підвищення рівня зайнятості. Тенденція щодо збільшення рівня зайнятості спостерігається починаючи з 2003 р. Найвищий рівень зайнятості серед показників населення у віці 15 – 70 років (59,5 %) та у працездатному віці (67,3) зареєстрований у 2009 р. та 2008 р.



За офіційними даними Державної служби зайнятості на початок 2010 р. кількість незайнятих громадян, які перебували на обліку в Державній службі зайнятості, зросла з 542,8 тис. осіб на 1 січня до 545,6 тис. осіб на 1 лютого 2010 р. Упродовж січня 2010 р. за допомогою в працевлаштуванні до цієї установи звернулося 89,2 тис. незайнятих громадян (у січні 2009 р. – 157,5 тис. осіб).

Кількість зареєстрованих безробітних на 1 березня 2010 р. становила 530,3 тис. осіб, або 27,5% всіх безробітних працездатного віку (за методологією МОП). Серед них майже кожен дев'ятий втратив роботу з економічних причин. Допомогу по безробіттю отримували 77,5% осіб, які мали статус безробітного. Кожний другий безробітний раніше займав місце робітника, майже кожний третій – посаду службовця, а решта безробітних не мали професійної підготовки.

Основні тенденції щодо зареєстрованого безробіття наведені в табл. 1.

Таблиця

Основні тенденції щодо зареєстрованого безробіття

Показники	Кількість зареєстрованих безробітних			
	на 1 березня 2010 р., тис. осіб	1 лютого 2010 р.	у % до	
			1 січня 2010 р.	1 березня 2009 р.
Безробітні – всього:	530,3	100,7	99,8	58,5
з них				
жінки	278,1	99,8	97,0	57,2
молодь у віці до 35 років	206,5	101,1	98,5	56,7
особи, які потребують особливого соціального захисту	99,8	100,2	96,5	68,7
вивільнені з економічних причин	56,2	96,7	95,3	136,7
особи, які проживають у сільській місцевості	219,4	101,6	103,6	52,5

Рівень зареєстрованого безробіття в цілому по країні за лютий поточного року не змінився і на 1 березня 2010р. становив 1,9% населення працездатного віку. У сільській місцевості цей показник зріс на 0,1 відсоткових пункти та становив 2,7% населення працездатного віку, водночас у міських поселеннях він залишився на тому ж рівні та становив 1,6% населення працездатного віку [2].

Слід зазначити, що невідповідність попиту на робочу силу її пропозиції у професійно кваліфікаційному та територіальному розрізі зумовлює високий рівень міжрегіональної диференціації безробіття, як зареєстрованого, так і визначеного за методологією МОП.

Незначне зростання обсягів зареєстрованого безробіття в лютому 2010 р. спостерігалось у більшості регіонів країни. Найбільший приріст був у Вінницькій, Хмельницькій, Волинській областях (від 4,3 % до 4,9 %).

Наразі продовжує утримуватися високий рівень вимушеної неповної зайнятості працівників. Так, кількість працюючих у режимі скороченого робочого дня (тижня) у січні поточного року становила 944,7 тис. осіб, або 8,8 % кількості штатних працівників (у січні 2009 р. – 10,1 %). Найбільш поширеним вищезазначений режим роботи був у будівництві, де в таких умовах працював кожний четвертий працівник, у промисловості та діяльності транспорту – кожний шостий [3].

Позитивним є факт зростання попиту на робочу силу. Кількість вільних робочих місць (вакантних посад), заявлених підприємствами, установами й організаціями до служби зайнятості, у березні 2010 р. збільшилася на 7,2 тис., або на 10,9 %, і на кінець місяця становила 73,1 тис. Із зазначеної кількості вільних робочих місць (вакантних посад) 44,7 % передбачалося для робітників, 39,3 % – для службовців, решта – для осіб, які не мають професії. Попит та працевлаштування робочої сили на зареєстрованому ринку праці упродовж 2009 р. та на початку 2010 р. наведено на рис. 2.

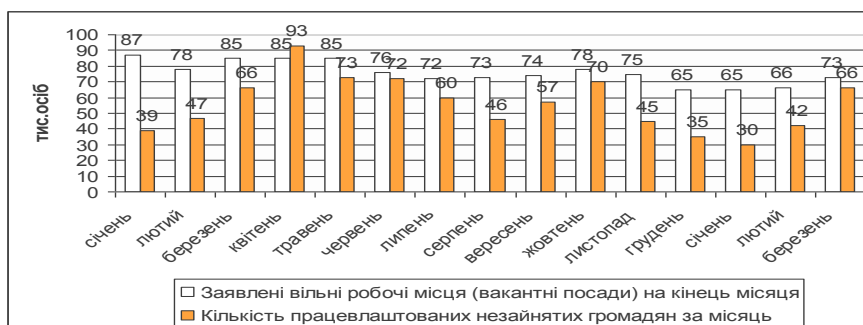


Рис. 2. Попит і працевлаштування робочої сили на зареєстрованому ринку праці



За останніми даними, у загальній кількості вільних робочих місць (вакантних посад) кожне п'яте було на підприємствах переробної промисловості, шосте – у державному управлінні, кожне дев'яте – на підприємствах торгівлі та ремонту автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку та операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям.

За сприяння державної служби зайнятості у березні 2010 р. було працевлаштовано 66,4 тис. осіб проти 41,6 тис. у лютому (у березні 2009 р. – 65,7 тис. осіб). Серед працевлаштованих незайнятих осіб жінки становили 39,5 %, а молодь у віці до 35 років – 48,0 %. Рівень працевлаштування незайнятих громадян порівняно з лютим 2010р. зріс на 3,8 відсоткового пункту та становив 10,3 %. Зростання зазначеного показника за вказаний період спостерігалось в усіх регіонах країни [2].

Таким чином, останнім часом особливого значення набуває проблема регулювання зайнятості населення, формування ринку праці та запобігання масовому безробіттю. Для вирішення проблеми скорочення безробіття потрібні комплексні заходи щодо загального оздоровлення економіки.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Селюченко Н. С. Проблеми ринку праці в умовах кризи та можливі шляхи їх вирішення / Н. С. Селюченко, В. П. Кічор // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2009. – № 640. – С. 189. 2. Офіційний сайт Державного комітету статистики. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. Офіційний сайт Державної служби зайнятості. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua>.

УДК 331.214.7

Шаповалова А. О.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Анотація. Проведено кластерний аналіз регіонів України за рівнем доходів і витрат населення. В аналізі були розглянуті як показники стимулятори, так і показники-дестимулятори, що дозволило охарактеризувати повною мірою нинішню ситуацію у сфері доходів і витрат регіонів країни.

Аннотация. Проведен кластерный анализ регионов Украины по уровню доходов и расходов населения. В анализе были рассмотрены как показатели стимуляторы, так и показатели-дестимуляторы, что позволило охарактеризовать в полной мере нынешнюю ситуацию в сфере доходов и расходов регионов страны.

Annotation. The cluster analysis of regions of Ukraine for income and expenditure of the population was carried out. In the analysis as indicators of stimulants and performance destimulatory that allowed fully describe the present situation in income and spending regions were considered.

Ключові слова: доходи, витрати, кластерний аналіз, метод Уорда, метод к-середніх.

В умовах ринкової трансформації економіки істотно знижується життєвий рівень населення. Спад виробництва і вимушена неповна зайнятість та безробіття, відсутність законодавчих важелів впливу спричинили зменшення доходів населення. Більшість домогосподарств не спроможна задовольняти життєві потреби, не кажучи вже про заощадження.

Для порівняння регіонів України за рівнем доходів і витрат населення та для групування їх за рівнем життя застосуємо кластерний аналіз.

За допомогою пакета STATISTICA проведемо кластерний аналіз доходів і витрат населення регіонів у 2009 році.

Кластерний аналіз є сукупністю методів класифікації багатовимірних спостережень, кожне з яких описується набором вхідних даних x_1, x_2, \dots, x_n [1]. Мета кластерного аналізу – утворення груп схожих між собою об'єктів – кластерів. Іншими словами, сукупність вхідних даних розподіляється на однорідні групи так, щоб об'єкти всередині групи були подібні між собою за деяким критерієм, а об'єкти з різних груп відрізнялися один від одного [2]. Слід зазначити, що процедури кластеризації дозволяють класифікувати об'єкти схожі між собою не за одним параметром, а одночасно за декількома ознаками на основі певної міри близькості за всіма ознаками класифікації [3].

Враховуючи фактори впливу на доходи та витрати населення, доцільно при виборі показників для проведення кластерного аналізу за регіонами брати такі:

- 1) індекс споживчих цін, %;
- 2) зайняте населення у віці від 15 до 70 років, тис. осіб;
- 3) середньомісячна заробітна плата, грн;
- 4) обсяг роздрібного товарообороту, млн грн [4].

© Шаповалова А. О., 2010



Спочатку проведемо кластеризацію ієрархічним методом. У даному випадку найбільш якісним алгоритмом класифікації є метод Уорда, який дозволяє мінімізувати внутрішньогрупову дисперсію всередині кластерів. Наглядно результати кластеризації ієрархічними методами представляються на дендрограмі (дереві класифікації) (рис. 1).

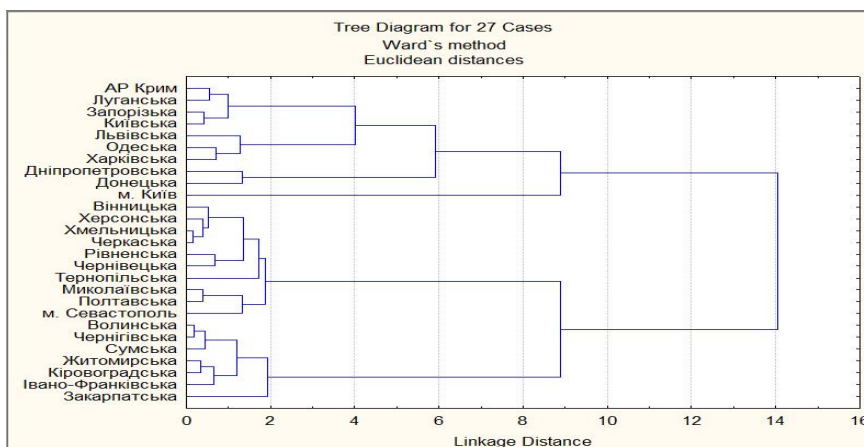


Рис. 1. Дендрограма об'єднання регіонів у кластери

На рис. 1 наочно представлено об'єднання регіонів у кластери. Якщо умовно розділити їх на окремі кластери, можна побачити, що є 3 кластери.

У перший увійшли АР Крим, Запорізька, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Харківська області та місто Севастополь.

У другий кластер увійшли такі регіони, як Вінницький, Волинський, Житомирський, Закарпатський, Івано-Франківський, Київський, Кіровоградський, Рівненський, Сумський, Тернопільський, Херсонський, Хмельницький, Черкаський, Чернівецький та Чернігівський.

У третій кластер увійшли регіони з найкращими показниками – це Дніпропетровська, Донецька області та місто Київ.

Проведемо кластеризацію методом k-середніх і порівняємо отримані результати (рис. 2).

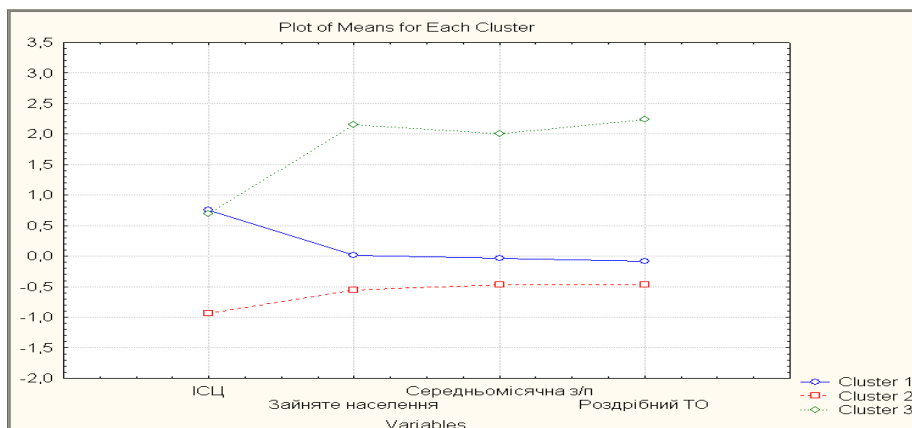


Рис. 2. Середні значення показників для кожного кластера

З рис. 2 видно, що найкращим є 3 кластер, середнім – 1 кластер, а найгіршим – 2. Найбільш однорідним є кластер 3, тому що він знаходиться найвище (високі значення усіх показників, крім ІСЦ). У третьому кластері об'єкти менш однорідні. Другий кластер складений найгіршим чином, ніж перший та третій кластери, оскільки значення всіх показників є найгіршими (при низьких значеннях показників зайнятості населення, середньомісячної заробітної плати та роздрібного товарообороту дуже високе значення ІСЦ).

На рис. 3 наведені регіони, що об'єдналися в окремі кластери, й Евклідові відстані від них до центрів кластерів.

Проведений кластерний аналіз двома методами показав однакові результати, що свідчить про правильність і точність цього аналізу.

Отже, в результаті проведеного дослідження з використанням методів кластерного аналізу сукупність регіонів було розподілено на три кластери. Отримані дані свідчать про неоднаковий рівень доходів і витрат населення, а отже, і рівень життя населення в цих регіонах (рис. 3).

Spreadsheet3			
	5	6	7
	CASE_NO	CLUSTER	DISTANCE
Автономна Республіка Крим	1	1	0,57
Вінницька	2	2	0,26
Волинська	3	2	0,37
Дніпропетровська	4	3	0,80
Донецька	5	3	0,74
Житомирська	6	2	0,39
Закарпатська	7	2	0,34
Запорізька	8	1	0,23
Івано-Франківська	9	2	0,21
Київська	10	2	0,88
Кіровоградська	11	2	0,42
Луганська	12	1	0,44
Львівська	13	1	0,50
Миколаївська	14	1	0,38
Одеська	15	1	0,67
Полтавська	16	1	0,23
Рівненська	17	2	0,42
Сумська	18	2	0,08
Тернопільська	19	2	0,29
Харківська	20	1	0,80
Херсонська	21	1	0,55
Хмельницька	22	1	0,42
Черкаська	23	2	0,24
Чернівецька	24	2	0,32
Чернігівська	25	1	0,58
м. Київ	26	3	1,44
м. Севастополь	27	1	0,83

Рис. 3. Результати кластерного аналізу методом k-середніх

Регіони першого кластера мають середні показники рівня життя. Другий кластер показав найгірші результати за багатьма аспектами рівня життя населення, а саме: в економічному та соціальному сенсі. Високі показники продемонстрували регіони третього кластера, тобто економічний розвиток у цих областях є найкращим.

Провівши аналогічний кластерний аналіз показників доходів і витрат населення за 2008 та 2007 роки можна стверджувати, що спостерігаються негативні тенденції. Так, до кластера з низькими показниками протягом 3 років входить достатньо велика кількість регіонів (2007 р. – 12, 2008 р. – 10, 2009 р. – 12). До найкращого кластера увійшло всього 3 регіони у 2007, 2009 рр. і лише 1 регіон у 2008 році (таблиця).

Таблиця

Динаміка структури кластерів за роками

Кластер	Склад кластерів за областями		
	2007 р.	2008 р.	2009 р.
Кластер 1	Вінницька Львівська Миколаївська Одеська Полтавська Тернопільська Харківська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька м. Севастополь	АР Крим Дніпропетровська Донецька Запорізька Київська Луганська Львівська Одеська Полтавська Харківська	АР Крим Запорізька Луганська Львівська Миколаївська Одеська Полтавська Харківська Херсонська Хмельницька Чернігівська м. Севастополь
Кластер 2	АР Крим Волинська Житомирська Закарпатська Запорізька Івано-Франківська Київська Кіровоградська Луганська Рівненська Сумська Чернігівська	Вінницька Волинська Житомирська Закарпатська Івано-Франківська Кіровоградська Миколаївська Рівненська Сумська Тернопільська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька Чернігівська м. Севастополь	Вінницька Волинська Житомирська Закарпатська Івано-Франківська Київська Кіровоградська Рівненська Сумська Тернопільська Черкаська Чернівецька
Кластер 3	Дніпропетровська Донецька м. Київ	м. Київ	Дніпропетровська Донецька м. Київ



Таким чином, зважаючи на результати кластерного аналізу, можна зазначити, що для підвищення рівня життя населення, зокрема підвищення доходів населення регіонів, які увійшли до 2 кластера, необхідно упроваджувати такі заходи: подолання найгостріших проявів бідності, підвищення рівня зайнятості населення, погашення заборгованості із заробітної плати, створення об'єктивних передумов для зростання реальних доходів населення, істотне зростання реальних доходів населення на основі соціальної орієнтації економіки, збільшення в її галузевій структурі питомої ваги сфери послуг і соціальної інфраструктури в цілому, а також інвестування в підприємства сфери рекреації, реалізація розроблених програм соціального захисту населення.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Клебанова Т. С. Методические рекомендации к выполнению практических заданий по учебной дисциплине "Методы экономико-статистических исследований" / Т. С. Клебанова, Л. С. Гурьянова, Е. А. Сергиенко. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2006. – 36 с. 2. Мандель И. Д. Кластерный анализ / И. Д. Мандель. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 176 с. 3. Вуколов Э. А. Основы статистического анализа. Практикум по статистическим методам и исследованию операций с использованием пакетов STATISTICA и EXCEL : учебн. пособ. / Э. А. Вуколов. – М. : Форум: ИНФРА-М, 2004. – 464 с. 4. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Міхальова О. М.

УДК 331.56

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СТАТИСТИЧНО-АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА 2009 РІК

Анотація. Запропоновано дослідження ринку праці з використанням методів статистичного аналізу ринку праці Луганської області за 2009 рік.

Аннотация. Предложено исследование рынка труда по использованию методов статистического анализа рынка труда Луганской области за 2009 год.

Annotation. The labor market study on the use of statistical methods for analyzing labor market Lugansk region, 2009 is proposed.

Ключові слова: статистично-аналітичний огляд, ринок праці, зайнятість населення.

Дослідження ринку праці набуває актуальності за умов переходу суспільства до соціально-ринкових засад господарювання, що вимагає формування ефективною й дієвою політики зайнятості. Проблеми зайнятості загострюються великим збільшенням показників безробіття і неповної зайнятості населення, що призводять до негативних соціальних та економічних наслідків [1].

Сучасний ринок праці України характеризується значним напруженням унаслідок зниження попиту на робочу силу, падіння рівня реальної заробітної плати, зростання чисельності вивільнених працівників, збільшення прихованого безробіття. Ці характеристики мають суттєві територіальні розбіжності, що зумовлює необхідність поглибленого вивчення та потребу в додаткових теоретико-методологічних і практичних дослідженнях регіональних особливостей ринку праці України та її окремих регіонів, зокрема шляхом проведення економіко-статистичного аналізу ринку праці на прикладі Луганського регіону.

З метою вимірювання стану ринку праці в Україні створена система взаємопов'язаних показників. Статистичні дані про економічну активність, зайнятість і безробіття населення необхідні при регулюванні ринку праці, забезпеченні соціального захисту населення, організації своєчасної професійної підготовки і перепідготовки кадрів [2].

Однак залишається поза увагою розробка спеціальних програм, які б надавали можливість цілеспрямованої підготовки молоді та захист незатребуваних ринком праці прошарків населення.

У період з 2001 по 2009 роки кількість економічно активного населення збільшилась на 8,7 тис. осіб; кількість зайнятого населення збільшилась на 60,5 тис. осіб; кількість безробітних зменшилась на 51,8 тис. осіб. За цей період кількість економічно неактивного населення зменшилась на 141,4 тис. осіб.

© Міхальова О. М., 2010

У 2009 році 62,09 % населення складало економічно активне населення та 37,91 % – економічно неактивне населення. Із 1 144,0 тис. економічно активного населення 88,81 % складала зайняті та 11,19 % – безробітні.

Для характеристики інтенсивності структурних зрушень за період 2001 – 2009 роки застосовували лінійний і квадратичний коефіцієнти, які дозволили оцінити інтенсивність структурних зрушень у структурі розподілу населення за економічною активністю і показали, що в період з 2001 – 2009 роки структурні зрушення у населенні за економічною активністю відбулись несуттєві [3].

У 2009 році економічно активне населення на 47,01 % складала жінки та на 52,99 % – чоловіки; економічно неактивне населення: на 62,77 % складала жінки та на 32,23 % – чоловіки. За місцем проживання економічно активне населення Луганської області на 83,72 % складало міське населення та на 16,28 % – сільське населення. Економічно неактивне населення переважно складається із міського населення – на 92,43 % та лише на 7,57% із сільського населення.

Найбільша кількість населення зайнята у промисловості та у торгівлі; ремонті автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку; діяльності готелів і ресторанів – відповідно 26,95 %, або 288 тис. осіб, та 24,93 %, або 266,5 тис. осіб, найменша кількість населення залучена у фінансовій діяльності та операціях з нерухомим майном, оренді, інжинірингу та надання послуг підприємцям – відповідно 1,33 %, або 14,2 тис. осіб, та 3,51 %, або 37,5 тис. осіб. Найбільша кількість найманих працівників підприємств, установ та організацій залучено у промисловості та освіті – відповідно 41,2 % та 10,0 %; найменша у фінансовій діяльності – 2,0 %, у сільському господарстві, промисловості, лісовому господарстві – 4,2 % та будівництві – 4,2 %.

Коефіцієнти К. Гатева та А. Салаї були використані для зведеної характеристики інтенсивності зміни питомих ваг, відображення середнього відносного приросту питомої ваги, яка спостерігається за досліджуваний період.

Інтегральний показник структури К. Гатева складає 0,1283 та свідчить про незначні структурні відмінності серед зайнятого населення за видами економічної діяльності у 2009 році порівняно з 2003 роком. Коефіцієнт А. Салаї складає 0,0001, що свідчить про те, що у структурі зайнятого населення за видами економічної діяльності у 2004 та у 2009 роках простежувалися несуттєві структурні відмінності.

У період з 2001 по 2009 роки кількість зайнятого населення збільшилась з 1 008,3 тис. осіб до 1 068,8 тис. осіб, тобто на 6 %, але кількість найманих працівників підприємств, установ та організацій зменшилась на 13,39 %, або на 104,6 тис. осіб. У тому числі кількість населення, зайнятого в промисловості, зменшилась на 20,31 %, або на 71 тис. осіб; у сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві кількість найманих працівників зменшилась на 4,5 %, або на 43,7 тис. осіб [3].

Кількість безробітних осіб у період з 2002 по 2009 роки зменшилась у 1,66 рази або з 57 872 осіб до 34 737 осіб. Найбільший відсоток безробітних з тривалістю безробіття 12 місяців і більше. За досліджуваний період середня тривалість безробіття зменшилась у 2,75 рази, або на 7 місяців.

Розглянемо попит та пропозицію робочої сили на ринку праці Луганської області за видами економічної діяльності. Найбільший попит на робочу силу в промисловості складає 44,42 % від загальної кількості зайнятого населення, найбільша пропозиція робочої сили у промисловості – 26,95 % та у діяльності готелів і ресторанів – 24,93 %.

Інтенсивність структурних змін у структурі попиту на робочу силу дорівнює 0,0137, на пропозицію – 0,002, що свідчить про незначні зміни у структурі попиту та пропозиції робочої сили на ринку праці у 2008 та 2009 роках.

Набуті результати аналізу дозволили одержати інформацію про склад і структуру робочої сили, рівень зайнятості та напрямків діяльності населення, визначення реального рівня безробіття, який ураховує загальний обсяг пропозиції робочої сили та застосовується як важливий показник аналізу поточного стану економіки країни, а також оцінки масштабів і якісних характеристик робочої сили на ринку праці на прикладі Луганської області, та проаналізувати тенденції розвитку його кон'юнктури.

Одержані в роботі результати аналізу стану регіональних ринків праці України можуть бути використані для обґрунтування та підготовки вищими органами державної влади документів законодавчого, прогностичного і програмного характеру, орієнтованих на вирішення сучасних проблем регулювання зайнятості та ринку праці.

Наук. керівн. Гриневич Л. В.

Література: 1. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами : навч. посібн. / Г. В. Осовська, О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 224 с. 2. Ринок праці України у 2005 році : Аналітично-статистичний збірник. – К. : Державний центр зайнятості Міністерства праці та соціальної політики, 2006. – 184 с. 3. Економічна активність населення Луганської області у 2008 році : статистичний збірник / за ред. Т. П. Браги. – Луганськ : Вид. Державного комітету статистики України Головного управління статистики у Луганській області, 2009. – 21 с.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СУЧАСНІ АСПЕКТИ КІЛЬКІСНОГО АНАЛІЗУ ДЕПОПУЛЯЦІЇ НАСЕЛЕННЯ

Анотація. Проаналізовано динаміку депопуляції населення України та виявлено основні тенденції розвитку. Розроблена на цьому етапі система показників депопуляції населення дозволяє визначити рівень, динаміку, глибину, структуру депопуляції населення і охарактеризувати наслідки депопуляції.

Анотация. Проанализирована динамика депопуляции населения Украины и определены основные тенденции развития. Разработанная на этом этапе система показателей депопуляции населения позволяет нам определить уровень, динамику, глубину, структуру депопуляции и охарактеризовать последствия депопуляции.

Annotation. The dynamics of depopulation of Ukraine and the identification of major trends are analyzed. The system of performance the indexes depopulation developed at this stage helps to determine the level, dynamics, depth, structure of depopulation and to characterize the effects of depopulation.

Ключові слова: населення, депопуляція, аналіз.

Протягом останніх сторіч для розвинутого суспільства, характерна тенденція зниження народжуваності в поєднанні з досягнутими успіхами у подовженні тривалості життя. Це виступає детермінантою прискореного старіння населення і, з часом, породжує у старіючому населенні ризик виникнення і закріплення депопуляційних явищ.

В Україні депопуляція на загальнонаціональному рівні спостерігається за років незалежності нашої країни. Якщо у 1991 р. показник природного зниження складав майже 1 ‰, то у 2009 році – 6,3 ‰ при неоднозначній тенденції зміни за визначений період. Таким чином, через свою масштабність і швидке наростання протягом 1990-х рр. депопуляція стала проявом демографічного неблагополуччя, що все частіше ототожнюється з поняттям демографічної кризи.

Незважаючи на те, що демографічні проблеми широко висвітлюються в соціально-економічній науковій літературі питання, кількісної оцінки кризових явищ у народонаселенні й по теперішній час залишається актуальним.

Статистика дає всебічну оцінку даному процесу через систему показників, яка не є відпрацьованою.

Аналіз роботи [1] показав, що при побудові системи показників депопуляції населення необхідно визначити:

- основні групи показників, що повинні входити в загальну систему показників;
- перелік показників більш приватного порядку, що повинні складати певну групу показників;
- сутісний взаємозв'язок між розглянутими показниками;
- період спостереження при вивченні депопуляції населення;
- види аналізу депопуляції населення.

З метою аналізу депопуляції населення традиційно будують ряди динаміки з тенденційного скорочення населення, рівнями яких є показники абсолютної чисельності населення.

Показниками динаміки, що характеризують зміну окремих рівнів такого ряду динаміки (у нашому випадку – чисельності населення), є:

- абсолютна зміна (приріст або скорочення) чисельності населення;
- темп зростання (зниження) чисельності населення;
- темп приросту (скорочення) чисельності населення.

Ці показники дають характеристику коливань щодо чисельності населення.

Задля характеристики тенденції розвитку явища доцільно розраховувати середні показники динаміки:

- середню чисельність населення за досліджуваний період;
- середнє абсолютне скорочення чисельності населення;
- середній темп (скорочення) зростання та приросту чисельності населення.

Із наведених показників необхідно вибрати один пріоритетний, який би відповідав умовам необхідності й достатності щодо сутності дослідження. Таким показником є середній темп скорочення чисельності населення.

Середній темп скорочення чисельності населення як універсальний показник рівня депопуляції ще не випробуваний у практичній статистиці, тому в аналізі депопуляції населення не можна обмежуватися тільки його розрахунком.



Враховуючи цю обставину й традиції проведення класичного дослідження, статистичний аналіз депопуляції населення повинен включати такі його види:

- аналіз розміру (рівня) депопуляції;
- аналіз динаміки депопуляції;
- аналіз структури депопуляції;
- аналіз глибини депопуляції.

Кожний вид аналізу має бути забезпечений специфічними показниками, що сприяють кількісній оцінці депопуляції в заданому напрямку дослідження. Ці показники складають систему взаємозалежних статистичних показників, що дадуть комплексну оцінку явища.

Так, аналіз розміру депопуляції населення здійснюється за умов розрахунку показника: середнього абсолютного скорочення чисельності населення, середнього темпу (зміни) чисельності населення, та середнього темпу скорочення чисельності населення.

Аналіз динаміки депопуляції визначають за допомогою: абсолютного прискорення приросту (скорочення) чисельності населення, коефіцієнта випередження зростання чисельності населення.

Показниками структури депопуляції є питома вага скорочення населення кожної з груп.

Аналіз глибини депопуляції здійснюється за умов розрахунку загального коефіцієнта глибини депопуляції, часткових коефіцієнтів глибини депопуляції.

Використання цієї системи показників для зазначеного вище періоду демографічної кризи в країні дало змогу оцінити депопуляційні явища наступним чином.

Так, рівень депопуляції населення має середнє абсолютне скорочення чисельності на 307,4 тис. осіб. Якщо середньорічний темп зміни чисельності за визначений період складає 89,7 %, тоді середній темп скорочення буде дорівнювати 10,3 %.

Аналіз структури депопуляції населення для чоловіків склав 0,46 ‰, а для жінок – 0,53 ‰, для мешканців села – 3,14 ‰, а для міста – 0,68 ‰.

Аналіз глибини депопуляції для населення країн дорівнює – 5,9 ‰ чоловіків, тоді як – 6,2 ‰ жінок, для мешканців села – 8,14 ‰ і міста – 5,84 ‰.

Аналіз показав, що для України характерні суттєві відмінності щодо рівня старіння населення залежно від типу поселення. Значно вищим рівнем постаріння вирізняється сільське населення, віковий склад якого "знесилений" масовою міграцією молоді й осіб середнього працездатного віку у міста (рисунок).

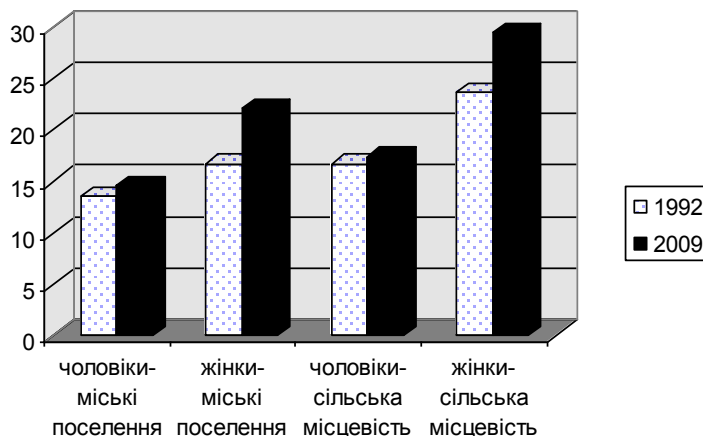


Рис. Частка населення у віці 60 років і старше за типом поселення та статтю в Україні (на початок 1992 та 2009 рр.)

Тобто за визначений період має місце однозначна тенденція до підвищення рівня старіння населення відповідно до типу населення й статі.

Таким чином, депопуляційні тенденції та старіння населення породжують певні демографічні труднощі – обмеження щодо ресурсного забезпечення соціально-економічного розвитку на перспективу, оскільки зумовлюють скорочення чисельності й частки працездатних контингентів у населенні, викликають необхідність підвищення соціальних витратків на утримання осіб похилого віку (включаючи як власне пенсійне забезпечення, так і заходи щодо збереження здоров'я тощо). Прогресуюче старіння та нереальність подолання депопуляційних тенденцій в Україні диктують необхідність зосередження зусиль на вирішенні проблем пристосування соціальної системи й економічного розвитку до потреб старіючого населення.

У статистичному дослідженні, виходячи з того, що періодичність спадів народжуваності, точніше – довжина періодів між спадами, представляється особливою умовою аналізу депопуляції (середньорічною чисельністю населення як мінімум за 25 – 30 років, а краще – за 50 чи за 75 років), доцільно враховувати:

- період розвитку джерел депопуляції;
- період розвитку явної депопуляції.



Розглядати величезні періоди часу, зв'язані у тому числі з розвитком джерел депопуляції, для дослідника не завжди є реальним. Доцільним буде обмежити статистичне спостереження періодом розвитку явної депопуляції, але при цьому не забувати й про джерела її розвитку.

Наук. керівн. Серова І. А.

Література: 1. Пирожков С. И. Демографические процессы и возрастная структура населения / С. И. Пирожков // Выбранные научные работы : в 2 т. Т. 1: Демографический и трудовой потенциал. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – С. 8–122. 2. Россет Э. Процесс старения населения / Э. Россет. – М., 1968. – 510 с. 3. Стешенко В. Старіння населення України: стан, етнічні особливості, перспективи / В. Стешенко, С. Піскунов, В. Піскунов // Демографічні дослідження: – К. : Вид. Ін-ту економіки НАН України, 1998. – Вип. 20 – С. 125–146. 4. Населення України – 2008. Демографічний щорічник. – К. : Державний комітет статистики України, 2009. – 570 с. 5. Демографія і статистика населення : учебн. пос. / под. ред. И. И. Елисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 688 с. 6. Населення України – 2007. Демографічний щорічник. – К. : Державний комітет статистики України, 2008. – 570 с.

Голубенко М. С.

УДК 330.59(477)

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ ВИТРАТ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто поняття споживчих витрат, їх основні статті, структуру споживчих витрат домогосподарств за 2008 та 2009 роки. Проведено аналіз структури витрат за допомогою коефіцієнта подібності, лінійного і квадратичного коефіцієнтів структурних зрушень; показників витрат і їх структури в порівнянні за два роки.

Аннотация. Рассмотрено понятие потребительских затрат, их основные статьи, структура потребительских затрат домохозяйств за 2008 и 2009 года. Проведен анализ структуры затрат с помощью коэффициента подобия, линейного и квадратичного коэффициентов структурных сдвигов; показателей затрат и их структуры в сравнении по двум годам.

Annotation. The notion of consumer spendings, their main items, the structure of consumer expenditures households too for 2008 and 2009 are considered. The analysis of cost's structure by similarity coefficient, linear and quadratic coefficients of the structural changes is conducted; the indicators of costs and their structure in comparison over two years have been analyzed.

Ключові слова: споживчі витрати, продовольчі товари, непродовольчі товари, оплата послуг.

Витрати – це сума платежів домогосподарств за товари та послуги, отримані у звітному періоді, сума коштів, направлених ними на купівлю акцій, сертифікатів, валюти, нерухомості, на будівництво, допомогу родичам і знайомим, на вклади до банківських установ, на податки (крім прибуткового) та інші внески. Для всебічного аналізу використання ресурсів домогосподарств вивчаються їх основна складова – споживчі витрати.

Споживчі витрати – це грошові витрати домогосподарства на купівлю продуктів харчування, алкогольних і тютюнових виробів, непродовольчих товарів, а також на оплату особистих послуг. Включаються всі витрати домогосподарств на цілі незалежно від місця їх здійснення (у торговельній мережі, зі складу підприємства, організації, на ринку чи у окремих громадян) [1].

Статистика вивчає розмір споживчих витрат і їх склад у цілому та в розрахунку на одне домогосподарство. Структура та співвідношення окремих складових споживчих витрат є показником матеріального добробуту населення та домогосподарств.

Переважаюча частка витрат на непродовольчі товари та оплату послуг є свідченням матеріального благополуччя. Розмір витрат є визначальним критерієм матеріального добробуту населення і домогосподарств, оскільки дає об'єктивнішу оцінку реальних доходів, у тому числі не декларованих.

Інформаційною базою щодо показників витрат домогосподарств є дані вибіркового обстеження умов життя, які враховують усі види витрат домогосподарств, за винятком тих, що пов'язані з підприємницькою та фермерською діяльністю, а також самозайнятістю.

© Голубенко М. С., 2010

У 2002 році змінено методологію визначення показників споживчих витрат відповідно до міжнародної класифікації індивідуального споживання товарів і послуг за цілями (COICOP-HBS (1997)), рекомендованої Євростатом. Згадана класифікація застосовується в обстеженнях витрат домогосподарств, а також для розрахунків макроекономічних показників щодо сектору домашніх господарств і при розрахунках ІСЦ (індексу споживчих цін). Починаючи з 2007 року розпочаті роботи щодо гармонізації структури споживчих витрат домогосподарств з Класифікацією індивідуального споживання за цілями, затвердженою наказом Держкомстату України від 29 грудня 2007 року № 480 [2] (таблиця).

Таблиця

Структура сукупних витрат домогосподарств

Витрати	2008 р.			2009 р.		
	усі домогосподарства	у т.ч. проживають		усі домогосподарства	у т.ч. проживають	
		у міських поселеннях	у сільській місцевості		у міських поселеннях	у сільській місцевості
Усього сукупних витрат, грн	2575,8	2743,4	2203,1	2703,8	2857,7	2358,1
Відсотків						
Споживчі сукупні витрати у тому числі	85,7	86,8	82,9	87,9	88,3	86,6
продукти харчування та безалкогольні напої	48,9	46,6	53,6	50,4	48,2	56,2
алкогольні напої та тютюнові вироби	2,2	1,5	1,2	3,2	1,6	1,2
одяг і взуття	5,9	0,8	0,6	5,2	1,7	1,6
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,1	5,6	5,1	9,4	5,1	5,3
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,8	9,6	6,7	2,4	10	7,2
охорона здоров'я	2,7	2,8	2,8	3,3	2,5	2,2
транспорт	4	2,8	3	3,2	3,2	3,3
зв'язок	2,3	4,5	3,6	2,5	3,4	2,9
відпочинок і культура	2,5	2,6	1,5	1,8	2,8	1,7
освіта	1,3	3,2	1,3	1,4	2,3	0,7
ресторани та готелі	2,4	3,8	2,3	2,7	4,3	2,9
різні товари та послуги	2,1	3	1,2	2,4	3,2	1,4

У розгорнутому вигляді споживчі витрати містять такі статті:

1) продовольчі товари – харчові продукти, алкогольні напої, тютюнові вироби, харчування поза домом;

2) непродовольчі товари – одяг, тканини, взуття, меблі, килими, товари культурно-побутового призначення, предмети гігієни та медикаменти, транспортні засоби, запчастини та пальне;

3) оплата послуг – житлово-комунальні, побутові, транспорту та зв'язку, культури, відпочинку та спорту, медичні та санаторно-курортні, навчання та дошкільного виховання.

Спираючись на дані таблиці, порівнюємо, чи однакова структура витрат у сільській та міській місцевостях, а також як вона змінилась у 2008 році порівняно з 2009 роком. Для цього використовуємо коефіцієнт подібності структур, який визначається формулою [3]:

$$P = 1 - 0,5 \times \sum |d_j - d_k|, \quad (1)$$

де P – коефіцієнт подібності структур;

d_j, d_k – питома вага показника за двома структурами.



Розрахунки показали, що структури сукупностей майже подібні одна до одної (порівнювалася структура витрат міського та сільського населення за кожен рік), оскільки розрахований коефіцієнт становить 90,85 % у кожному з років.

Наступним показником, котрий використовується для аналізу структури, є лінійний та квадратичний коефіцієнти структурних зрушень. Вони розраховуються для вивчення змін структури у часі:

$$\bar{l}_d = \frac{\sum |d_{j1} - d_{j0}|}{m}, \quad (2)$$

де \bar{l}_d – лінійний коефіцієнт структурних зрушень;
 d_{j1} та d_{j0} – питома вага показника у фактичному та базовому періодах;
 m – число складових сукупності;

$$Q = \sqrt{\frac{\sum (d_{j1} - d_{j0})^2}{m}}, \quad (3)$$

де Q – квадратичний коефіцієнт структурних зрушень.

Як і лінійний, квадратичний коефіцієнт абсолютних структурних зрушень буде тим більше, чим різкіші, сильніші найбільш абсолютні структурні зрушення.

Для всіх домогосподарств лінійний коефіцієнт структурних зрушень дорівнює 0,0057; а квадратичний – 0,0068, що підтверджує гіпотезу про досить незначні зміни у структурі витрат населення за 2009 рік порівняно з 2008 роком.

На рисунку представлені найбільш значні статті витрат домогосподарств України у 2009 році.

Споживчі сукупні витрати за 2008 рік

Споживчі сукупні витрати за 2009 рік

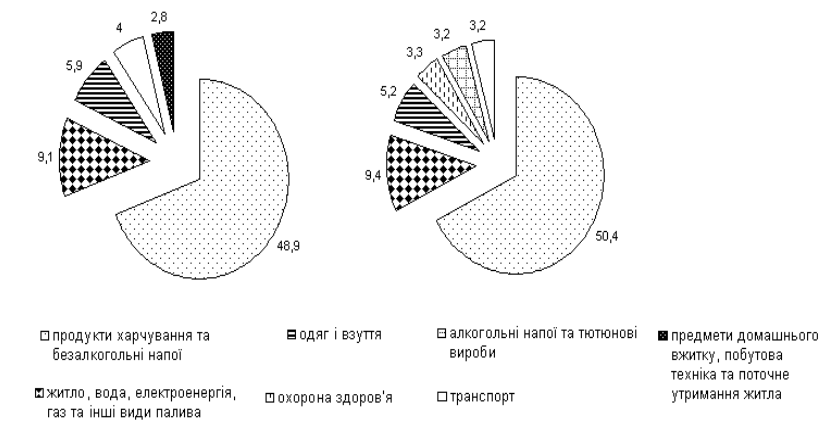


Рис. Структура споживчих витрат домогосподарств України (п'ять найвагоміших статей)

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити такі висновки:

1) середньомісячні сукупні витрати одного домогосподарства за 2009 р. склали 2 704 грн, що на 5 % більше, ніж у відповідному періоді 2008 р. Міське домогосподарство витратило в середньому за місяць 2 858 грн., сільське – 2 358 грн;

2) серед усіх сукупних витрат домогосподарств найвагоміші у 2009 році становили споживчі витрати – 88 % серед загальних витрат (у 2008 році – 86 %);

3) скорочення у 2009 році порівняно з 2008 роком реальних наявних доходів населення вплинуло на зміни у структурі сукупних витрат. Найбільш вагомою статтею (52 %) сукупних витрат домогосподарств продовжували залишатися витрати на харчування (включаючи харчування поза домом). Порівняно з 2008 роком частка цих витрат збільшилася на 2 відсоткові пункти;

4) друге місце серед напрямків витрат коштів домогосподарств займає оплата житлово-комунальних послуг: 9,1 % та 9,4 % у 2008 та 2009 роках відповідно;

5) на купівлю непродовольчих товарів та оплату послуг (без витрат на харчування поза домом) домогосподарства направляли третину усіх витрат, що на 0,9 відсоткові пункти менше, ніж у 2008 році;

6) витрати на алкогольні напої та тютюнові вироби становили відповідно 1,5 % та 1,7 % сукупних витрат домогосподарств (у 2008 році – 1,4 % та 0,8 %);

7) на освіту, відпочинок та культуру українці витрачають не більше 2 % своїх доходів.

На жаль, як показує аналіз, такий розподіл доходів не схильний до змін, крім того, не існує великої різниці між структурою витрат сільського або міського населення.

Нині Україна дуже відстає від більшості європейських країн за рівнем багатьох показників економічного розвитку. Хоча для України існують передумови для покращення у довгостроковій перспективі, міне багато років, поки українська економіка досягне сучасного європейського рівня життя. Досягнення європейського рівня життя тісно пов'язане з пріоритетами

людського розвитку України – висока очікувана тривалість життя, високі рівні освіти, високі рівні споживання, низький рівень бідності, помірна нерівність доходів, значне державне фінансування освіти й охорони здоров'я – повністю відповідає принципам людського розвитку.

Як показує аналіз сучасної ситуації щодо умов життя домогосподарств, шлях установалення в Україні пріоритетів людського розвитку ще не почався. Дуже складна економічна, політична, соціальна ситуація не дозволяють свідчити про розвиток людини при такому рівні нестабільності розвитку економічної системи.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Державний комітет статистики України: Методологічні коментарі для користувачів щодо програми та системи показників вибіркового обстеження умов життя домогосподарств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 2. Державний комітет статистики України: Структура сукупних витрат [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 3. Общая теория статистики : учебник / под ред. чл.-кор. РАН И. И. Елисеевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 480 с. 4. Державний комітет статистики України: Аналітична доповідь: Витрати і ресурси домогосподарств України за 9 місяців 2009 року (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

УДК 338. 144 (477)

Скиридон Л. В.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ПЕРИОД МИРОВОГО КРИЗИСА С ПОМОЩЬЮ АДАПТИВНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Аннотация. Рассмотрены основные направления развития Украины в кризисный период, в частности ядра национальной экономики – промышленности. Разработано схему прогнозирования тенденции развития промышленности Украины и пяти ее ведущих отраслей на основании использования методов краткосрочного экспоненциального сглаживания.

Анотация. Розглянуто основні напрямки розвитку України в кризовий період, зокрема ядро національної економіки – промисловість. Розроблено схему прогнозування тенденції розвитку промисловості України та п'яти її провідних галузей на підставі використання методів короткострокового експоненційного згладжування.

Annotation. The basic directions of development of Ukraine in a crisis period, in particular the core of the national economy – industry were considered. The chart of prognostication of progress of industry of Ukraine trend and to five its leading industries on the basis of the use of methods of the short-term exponential smoothing out is developed.

Ключевые слова: кризис, кризисное явление, последствия кризиса, структурно-динамический анализ, модель, адаптивное прогнозирование, показатель.

В условиях глобального мирового финансово-экономического кризиса практически во всех странах, в той или иной мере, происходит снижение всех экономических показателей. Особенно это актуально для стран постсоциалистического пространства, которые в силу неразвитости рыночных отношений оказались наиболее чувствительными к мировым рыночным флуктуациям.

Целью данной статьи является анализ состояния промышленности как ведущего звена народного хозяйства Украины в период мирового финансового кризиса, а также определение тенденций ее развития с использованием методов краткосрочного прогнозирования.

Для построения модели прогноза [1] индекса объема промышленной продукции на апрель – май 2010 года необходимо выполнить следующие этапы:

- 1) привести график динамики индекса объема промышленной продукции и проанализировать характер изменения его значений;
- 2) провести сглаживание временного ряда с помощью разных значений параметров экспоненциальной функции;
- 3) рассчитать оценки качества адаптивных моделей временных рядов;
- 4) определить будущую тенденцию развития промышленности Украины.

© Скиридон Л. В., 2010



В качестве исходных данных принимается ежемесячная информация об индексе объема промышленной продукции за 2007 – 2010 гг.

График входных значений представлен на рис. 1.

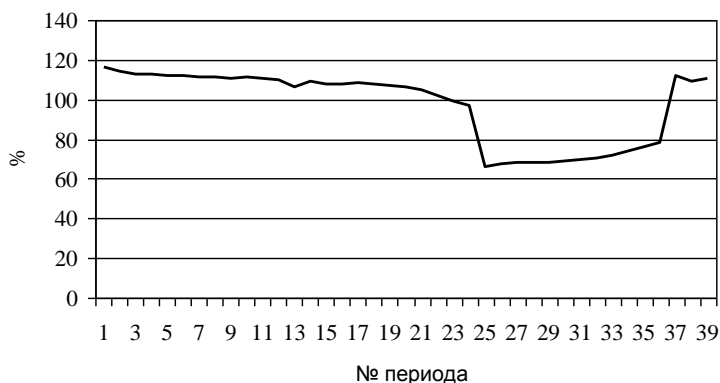


Рис. 1. График индекса объема промышленной продукции в ежемесячном разрезе за 2007 – 2010 гг.

Как видно с рис. 1, на протяжении 2007 – 2008 года не наблюдалось значительных колебаний объема промышленной продукции, хотя, начиная с мая 2008 года, индекс объема промышленной продукции постепенно снижается. А уже в январе 2009 года во время разгара мирового финансового кризиса произошло резкое падение данного показателя, то есть со значения декабря 2008 года (96,9 %) индекс упал на 30,7 % и составил в январе 2009 года 66,2 %.

На протяжении всего 2009 года наблюдались низкие объемы производства промышленной продукции, поэтому рост индекса объема промышленной продукции оставался незначительным. И лишь в январе 2010 года удалось выйти на прежний уровень промышленного производства и увеличить данный показатель на 33,7 % (111,8 %) по сравнению с декабрем 2009 года (78,1 %).

Для построения модели прогнозирования предлагается использовать ППП Statistica 6.0. Результаты альтернативных моделей представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты построения прогностических моделей

Вид прогнозной модели	Параметр адаптации α	Средняя абсолютная процентная ошибка, %
Модель сглаживания без тренда и без сезонной компоненты	0,1	13,858
	0,5	5,531
	1,0	3,552
Модель сглаживания с линейным трендом (Холта – Брауна) без сезонной компоненты	0,1	10,742
	0,5	5,624
	1,0	3,923
Модель сглаживания с экспоненциальным трендом без сезонной компоненты	0,1	12,103
	0,5	5,704
	1,0	3,890
Модель сглаживания с демпфированным трендом без сезонной компоненты	0,1	13,518
	0,5	5,028
	1,0	3,155
Аддитивная модель сглаживания без тренда с сезонной компонентой (лаг = 3)	0,1	12,664
	0,5	5,457
	1,0	3,554
Аддитивная модель сглаживания с линейным трендом и сезонной компонентой (лаг = 3)	0,1	10,346
	0,5	5,599
	1,0	3,981
Аддитивная модель сглаживания с экспоненциальным трендом и сезонной компонентой (лаг = 3)	0,1	9,718
	0,5	5,225
	1,0	3,729
Аддитивная модель сглаживания с демпфированным трендом и сезонной компонентой (лаг = 3)	0,1	8,732
	0,5	3,402
	1,0	3,419

По критерию минимизации средней абсолютной процентной ошибки оценивается качество построенной модели и проводится выбор наиболее адекватной [2]. Исходя из проведенных расчетов, можно сделать вывод, что наиболее приемлемой для прогнозирования является модель с демпфированным трендом без сезонной компоненты (рис. 2).

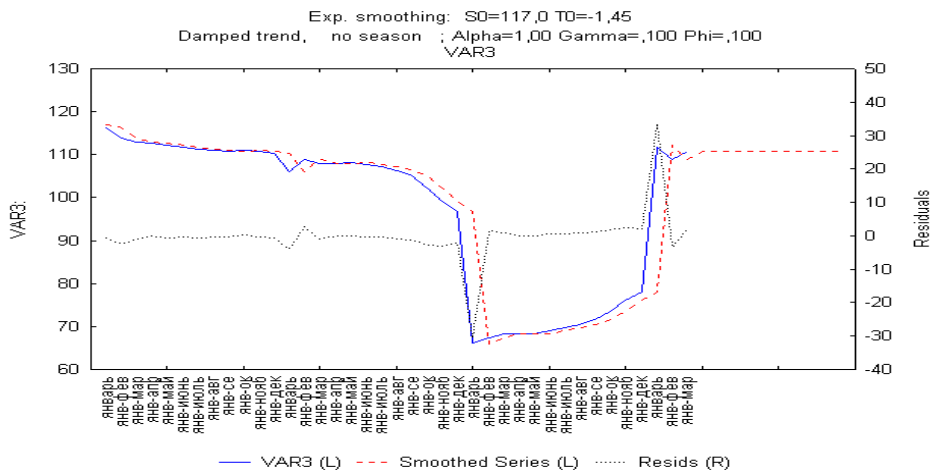


Рис. 2. График экспоненциального сглаживания с демпфированным трендом без сезонной компоненты

Таким образом, можно сделать вывод, что индекс объема промышленной продукции на период январь – апрель и январь – май 2010 года составил 110,82 %.

С целью определения источников кризисной ситуации в промышленности проведем исследование тенденций развития важнейших ее отраслей, то есть построим прогностические модели для: металлургического производства и производства готовых металлических изделий; производства пищевых продуктов, напитков и табачных изделий; машиностроения; производства кокса, продуктов нефтепереработки; химической и нефтехимической промышленности.

В табл. 2 приведены результаты определения наиболее адекватных моделей.

Таблица 2

Результаты построения прогностических моделей

Вид прогнозной модели	Параметр адаптации α	Средняя абсолютная процентная ошибка, %
Модель сглаживания с линейным трендом, без сезонности (модель химической и нефтехимической промышленности)	1,00	6,065
Модель сглаживания без тренда, без сезонности (модель машиностроения)	0,00	16,336
Модель сглаживания с линейным трендом без сезонности (модель металлургической промышленности)	1,00	9,036
Модель сглаживания с линейным трендом без сезонности (модель пищевой промышленности)	0,516	3,968
Модель сглаживания с демпфированным трендом без сезонности (модель производства кокса и продуктов нефтепереработки)	0,245	13,252

По данным результатам проводится прогнозирование тенденций развития наиболее важных отраслей промышленности. С помощью построенных прогностических моделей можно определить будущие значения индекса объема промышленной продукции по промышленности в целом и по отдельным ее отраслям (табл. 3).

Таблица 3

Результаты прогнозирования

Отрасль	Прогнозные значения индексов объема промышленной продукции	
	2010 г.	2011 г.
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	67,9	62,6
Производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий	93,0	89,8
Машиностроение	112,04	112,04
Производство кокса и продуктов нефтепереработки	96,63	96,63
Химическая и нефтехимическая промышленность	72,6	68,3



На основании полученных расчетов можно сделать вывод, что предусматривается незначительный рост объемов промышленной продукции в Украине за счет производства на фиксированном уровне объемов продукции машиностроения, а так же производства кокса и продуктов нефтепереработки. У пищевой, металлургической, химической и нефтехимической промышленности будет наблюдаться снижение объемов производства продукции, что и предопределяет невысокий рост продукции промышленности в целом.

Таким образом, проведенные исследования позволили определить те отрасли промышленности, к которым правительство должно применить мероприятия по поддержке их развития с целью оздоровления национальной экономики и создания предпосылок преодоления кризисных явлений.

Научн. рук. Раевнева Е. В.

Литература: 1. Шамилева Л. Л. Статистическое моделирование и прогнозирование : курс лекций : учебное пособие / Л. Л. Шамилева. – Донецк : Каштан, 2008. – 310 с. 2. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, В. В. Іванов, Н. А. Дубровіна, А. В. Ставицький. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 396 с. 3. Статистичний щорічник України за 2007 р. – К. : Видавництво "Консультант", 2008. – 650 с. 4. <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Коваль Н. С.

УДК 336.717.061:303.72

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ УКРСОЦБАНКУ

Анотація. Розглянуто складові, що формують кредитний портфель Укрсоцбанку, для чого була розрахована питома вага міжбанківських кредитів, кредитів юридичним і фізичним особам, середньо-, коротко- та довгострокових кредитів у його загальному обсязі за 2004 – 2009 роки. Зроблено загальний висновок щодо врегулювання кредитної системи в сучасних умовах.

Аннотация. Рассмотрены составляющие, которые формируют кредитный портфель Укрсоцбанка, для чего был рассчитан удельный вес межбанковских кредитов, кредитов юридическим и физическим лицам, средне-, кратко- и долгосрочных кредитов в их общем объеме за 2004 – 2009 года. Сделан общий вывод по урегулированию кредитной системы в современных условиях.

Annotation. The components which form a credit portfolio of Ukrsoctsbank are considered. For this purpose the interbank credits, credits legal and to physical persons, middles short and also long-term credits in their total amount for 2004 – 2009 are calculated. Also the general conclusion on settlement of credit system in modern conditions is drawn.

Ключові слова: банк, банківська система, кредитна система, кредитний портфель, кредитоотримувачі, строки кредитування.

У сучасних умовах одним із найдинамічніших секторів української економіки є банківський, який демонструє високі кількісні темпи зростання масштабів своєї діяльності та істотний вплив на всі ланки економічної системи. Періодичне проведення комплексного аналізу банківської діяльності є обов'язковою умовою успішної комерційної діяльності кредитної установи. Результати аналізу слугують необхідним інформаційним джерелом для менеджерів банку. За допомогою цих даних приймаються управлінські рішення щодо регулювання діяльності банківської установи, у тому числі кредитної системи, яка забезпечує умови для розвитку науково-технічного прогресу, зростання виробництва, накопичення капіталу [1; 2].

У багатогалузевому функціонуванні кредитної системи одне з найважливіших місць займає формування кредитного портфеля банку.

Таким чином, кредитний портфель банку – це сукупність залишків заборгованості за активними кредитними операціями на певну дату [3].

Авторами досліджень теоретичних проблем аналізу банківського сектору країни є вчені: Лагутіна В. Д., Васюренко О. В., Петровська І. О. та багатьох інших.

Від ефективності та безперервності функціонування кредитно-фінансового механізму залежать не тільки своєчасне одержання коштів окремими господарськими одиницями, але й темпи економічного зростання країни в цілому [1].

© Коваль Н. С., 2010

Для аналізу структури кредитного портфеля банку з огляду кредитоотримувачів розрахуємо питому вагу міжбанківських кредитів, кредитів юридичним та фізичним особам у його загальному обсязі за 2004 – 2009 роки (табл. 1) [5].

Таблиця 1

**Структура кредитного портфеля з огляду кредитоотримувачів
за 2004 – 2009 роки**

Показник	2004 рік		2005 рік		2006 рік		2007 рік		2008 рік		2009 рік	
	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага
Кредитний портфель, млн грн	16953,490	1,000	25486,653	1,000	36450,230	1,000	92287,580	1,000	140421,186	1,000	112684,352	1,000
Міжбанківські кредити, млн грн	711,857	0,042	919,340	0,0361	992,190	0,0272	1568,89	0,017	2106,318	0,015	1464,90	0,013
Кредити юридичним особам, млн грн	10757,610	0,635	15514,290	0,609	17290,137	0,474	53711,372	0,582	74001,965	0,527	88119,16	0,782
Кредити фізичним особам, млн грн	5484,023	0,323	9053,023	0,355	18167,903	0,498	37007,32	0,401	64312,903	0,458	23100,292	0,205

З наведеної табл. 1 можна зробити такі висновки:

Загальний обсяг кредитного портфеля банку в період з 2004 по 2008 роки зростав. У 2009 році рівень цього показника знизився і становив 112 684,352 млн грн. Максимального значення за весь розглянутий період рівень кредитного портфеля досяг у 2008 році і становив 140 421,186 млн грн, а мінімального – 16 953,490 млн грн у 2004 році.

Рівень міжбанківських кредитів у загальному обсязі кредитного портфеля з 2004 по 2008 роки зростав. Але у 2009 році значення цього показника знизилось і становило 1 464,897 млн грн. Найбільший обсяг наданих міжбанківських кредитів був у 2008 році (2 106,318 млн грн), а найменший – у 2004 році (711,857 млн грн).

Питома вага міжбанківських кредитів була найменшою у загальному обсязі кредитного портфеля банку за весь розглянутий період. Спостерігалось постійне зниження рівня цього показника з 0,042 (4,2 %) у 2004 році до 0,013 (1,3 %) у 2009 році.

Рівень кредитів, наданих юридичним особам за 2004 по 2009 роки, зростав, максимального значення він досяг у 2009 році (88 119,16 млн грн), а мінімального – у 2004 році (10 757,610 млн грн).

Питома вага кредитів, що були надані юридичним особам, була найвищою у загальному обсязі кредитного портфеля за весь розглянутий період. Мінімальний відсоток рівня цього показника спостерігався у 2006 році (0,474 або 47,4 %), а максимальний – у 2009 р. (0,782 або 78,2 %).

Кредитування фізичних осіб є важливою складовою у загальному обсязі кредитного портфеля банку. Динаміка рівня цього показника з 2004 до 2008 року підвищувалась і становила 5 484,023 та 64 312,903 млн грн відповідно, а у 2009 році вона знизилась та склала 23 100,292 млн грн. Питома вага кредитів, наданих фізичним особам, змінилася таким чином: найбільшого рівня цей показник досягнув у 2006 році (0,498 або 49,8 %), а найменшого – у 2009 році (0,205 або 20,5 %).

Загальний висновок можна зробити такий: сума кредитного портфеля за 2004 – 2008 роки постійно збільшувалася. Криза кінця 2008 – 2009 років дуже вплинула на кредитний портфель банку, обсяг якого значно знизився за цей період.

Міжбанківське кредитування займає найменшу частку у всьому кредитному портфелі за 2004 – 2009 роки.

Що стосується кредитів, наданих юридичним особам, їхня частка у загальному обсязі портфеля у середньому була найбільшою. Кредити фізичним особам надавалися банком другими за обсягом.



Таким чином, кредитування юридичних осіб займає одне з головних місць у загальній діяльності банку. Така тенденція може бути обумовлена економічною кризою у країні, нестабільністю політичної ситуації, оскільки кредитування фізичних осіб в останні роки різко знизилася.

Для того щоб проаналізувати структуру кредитного портфеля за строками наданих кредитів, розраховуємо питому вагу коротко-, середньо- та довгострокових кредитів у їх загальному обсязі за 2004 – 2009 роки (табл. 2).

Таблиця 2

Питома вага середньо-, коротко-, довгострокових кредитів у загальному обсязі кредитного портфеля за 2004 – 2009 роки

Показник	2004 рік		2005 рік		2006 рік		2007 рік		2008 рік		2009 рік	
	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага	сума кредитів	питома вага
Кредитний портфель, млн грн	16953,490	1,000	25486,653	1,000	36450,230	1,000	92287,580	1,000	140421,186	1,000	112684,352	1,000
Короткострокові кредити, млн грн	1729,256	0,102	2803,532	0,110	13122,079	0,360	30639,477	0,332	60661,952	0,432	62089,078	0,551
Середньострокові кредити, млн грн	9002,303	0,531	12233,594	0,480	11299,568	0,310	24087,058	0,261	32718,136	0,233	29185,247	0,259
Довгострокові кредити, млн грн	6221,931	0,367	10449,527	0,410	12028,583	0,330	37561,045	0,407	47041,097	0,335	21410,027	0,190

З поданої табл. 2 можна зробити такі висновки:

Рівень короткострокового кредиту у загальному обсязі кредитного портфеля з 2004 по 2009 роки зростав. Найбільшим він був у 2009 році, а найменшим у 2004 році. Питома вага короткострокового кредиту була найменшою у 2004 році у загальному обсязі кредитного портфеля банку за весь розглянутий період. Спостерігалось нерівномірне розподілення показників на протязі з 2004 – 2009 років, мінімальна сума кредиту склала у 2004 році 0,102 (10,2%), а максимальна у 2009 році 0,551 (55,1%).

Показники середньострокового кредитування протягом 2004 – 2009 років також не мали постійного характеру розподілу, максимального значення вони досягли у 2008 році, а мінімального – у 2004. Питома вага середньострокового кредиту була найвищою у 2004 році у загальному обсязі кредитного портфеля за весь розглянутий період. Мінімальний відсоток рівня цього показника спостерігався у 2008 році (0,233, або 23,3 %), а максимальний – у 2004 році (0,531, або 53,1 %).

Довгострокові кредити у загальному обсязі кредитного портфеля з 2004 по 2009 роки змінювались. З 2004 по 2008 роки спостерігалось зростання показників, але у 2009 році вони знизилися. Найбільший обсяг наданого довгострокового кредиту був у 2008 році, а найменший – у 2004 році. Питома вага довгострокових кредитів була найменшою у 2009 році від загального обсягу кредитного портфеля банку за весь розглянутий період.

З динаміки видно, що в період з 2004 по 2009 роки переважно більшість у кредитному портфелі складають короткострокові кредити. Довгострокове кредитування знаходиться на другому місці за обсягами наданих коштів, а середньострокове кредитування є найменш поширеним.

Таким чином, останнім часом особливого значення набуває проблема регулювання кредитної системи в сучасних умовах. Для її вирішення потрібні комплексні заходи щодо загального оздоровлення економіки.

Наук. керівн. Раєвська О. В.

Література: 1. Галицкая С. В. Деньги. Кредит. Финансы : учебник / С. В. Галицкая. – М. : Эксмо, 2005. – 509 с. 2. www.usb.ua. 3. Аналіз банківської діяльності / А. М. Герасимович, І. М. Парасин-Вергуненко та ін. ; за ред. А. М. Герасимовича. – 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 600 с. 4. Лагутін В. Д. Кредитування: теорія і практика / В. Д. Лагутін. – К. : Знання, 2006. – С. 137–151. 5. Васюренко О. В. Банківські операції: навч. посібн / О. В. Васюренко. – 4-те вид., переробл. і доп. – К. : Знання, 2004. – С. 225–302.

УДК 336.717.11:346.6

Астахова В. Ю.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ: ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. Осуществлена статистическая оценка одного из крупнейших банков Украины, входящего в первую группу по классификации НБУ – Райффайзен Банк Аваль – с учетом законодательного аспекта. Проведен анализ и выявлено, что на протяжении 2009 г. анализируемое банковское учреждение придерживалось нормативов, рекомендованных НБУ, платежеспособность и финансовая устойчивость банка были оценены положительно.

Анотація. Здійснено статистичну оцінку одного з найбільших банків України, що входить у першу групу за класифікацією НБУ – Райффайзен Банк Аваль – з урахуванням законодавчого аспекту. Проведено аналіз і виявлено, що протягом 2009 р. аналізована банківська установа дотримувалася нормативів, рекомендованих НБУ, платоспроможність і фінансова стійкість банку були оцінені позитивно.

Annotation. The statistical evaluation of one of the largest banks in Ukraine, which is in the first group on the classification of the NBU – Raiffeisen Bank Aval – was carried out taking into account legislative aspects. The analysis revealed that during 2009 the analyzed banking institution adhered to standards recommended by the NBU, solvency and financial stability of the bank were evaluated positively.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, регулятивный капитал, нормативы капитала, нормативы ликвидности, нормативы кредитного риска, нормативы инвестирования, высокий кредитный риск, инсайдер, контрагент.

Стабильность функционирования банковского сектора зависит от финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов. Финансовая устойчивость банка – это финансовая независимость от меняющейся конъюнктуры рынка, его финансовая самостоятельность при проведении политики, его основа устойчивых взаимоотношений с клиентами и база для постоянного расширения деятельности [1]. В кризисных условиях развития банковского сектора Украины обеспечение и поддержание финансовой устойчивости банков и, как следствие, стабильности банковской системы становится еще более актуальным.

Целью статьи является статистическая оценка финансовой устойчивости одного из крупнейших банков Украины, входящего в первую группу по классификации НБУ, – Райффайзен Банк Аваль – с учетом законодательного аспекта.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи: формирование информационного пространства исследования в виде обоснованного набора статистических индикаторов; расчет показателей финансовой устойчивости банка по методике НБУ; экономическая интерпретация полученных данных.

Согласно Постановления Национального банка Украины № 368 от 28.08.2001 г. с изменениями и дополнениями Постановлением НБУ № 552 от 17.11.2004 г. для банков устанавливается порядок определения регулятивного капитала и следующих групп показателей финансовой устойчивости банка [2]: нормативы капитала, нормативы ликвидности, нормативы кредитного риска и нормативы инвестирования.

Определения нормативов, формулы их расчета и рекомендуемые значения приведены в таблице.

Показатели финансовой устойчивости банков

Норматив	Формула расчета	Рекомендуемое значение
Минимальный размер регулятивного капитала (Н ₁)	-	Не менее 8 млн евро
Норматив адекватности регулятивного капитала (Н ₂)	$H_2 = \frac{\text{Регулятивный капитал банка}}{\text{Суммарные активы}}$	Не менее 10 %
Норматив адекватности основного капитала (Н ₃)	$H_3 = \frac{\text{Основной капитал}}{\text{Суммарные активы}}$	-
Норматив мгновенной ликвидности (Н ₄)	$H_4 = \frac{\text{Высоколиквидные активы}}{\text{Обязательства до востребования}}$	Не менее 20 %
Норматив текущей ликвидности (Н ₅)	$H_5 = \frac{\text{Высоколиквидные активы}}{\text{Обязательства со сроком погашения до 31 дня}}$	Не менее 40 %
Норматив краткосрочной ликвидности (Н ₆)	$H_6 = \frac{\text{Ликвидные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$	Не менее 20%
Максимальный размер кредитного риска (Н ₇)	$H_7 = \frac{\text{Обязательства контрагента}}{\text{Капитал банка}}$	Не более 25 %
Норматив высоких кредитных рисков на одного контрагента (Н ₈)	$H_8 = \frac{\text{Высокие кредитные риски}}{\text{Капитал банка}}$	Не более восьми-кратного размера регулятивного капитала
Норматив максимального размера кредитов, гарантий и поручительств, выданных одному инсайдеру (Н ₉)	$H_9 = \frac{\text{Обязательства инсайдера}}{\text{Капитал банка}}$	Не более 5 %
Максимальный совокупный размер кредитов, гарантий и поручительств, выданных инсайдерам (Н ₁₀)	$H_{10} = \frac{\text{Совокупная задолженность всех инсайдеров}}{\text{Капитал банка}}$	Не более 40 %
Норматив инвестирования в ценные бумаги отдельно по каждому учреждению (Н ₁₁)	$H_{11} = \frac{\text{Инвестируемые средства}}{\text{Регулятивный капитал банка}}$	Не более 15 %
Коэффициент общей суммы инвестирования (Н ₁₂)	$H_{12} = \frac{\text{Общая сумма инвестируемых средств}}{\text{Регулятивный капитал банка}}$	Не более 60 %

Рассчитаем указанные выше показатели финансовой устойчивости для Райффайзен Банк Аваль. Результаты расчета данных индикаторов за 2009 год приведены ниже.

Минимальный размер регулятивного капитала для банков, которые осуществляют свою деятельность на территории всей Украины, в том числе специализированных инвестиционных и расчетных, центрального кооперативного банка после пяти лет функционирования составляет не менее 8 млн евро. К данной группе банков и относится АО "Райффайзен Банк Аваль".

Итак, регулятивный капитал (Н₁) Райффайзен Банк Аваль составляет более 6 млн грн при рекомендуемом НБУ значении – не менее 8 млн евро.

Норматив адекватности регулятивного капитала (Н₂) составил 13,34 %. Чем выше значение показателя адекватности регулятивного капитала, тем больше та часть рисков, которые принимают на себя собственники банка. И наоборот, чем ниже значение показателя, тем больше та часть рисков, которые принимают на себя кредиторы банка. Следовательно, большую часть рисков в 2009 году брали на себя кредиторы банка.

Норматив адекватности основного капитала (Н₃) – 10,49 %. Достаточно капитализированным считается банк, у которого размер регулятивного капитала в суммарных активах находится в пределах от 8 до 17 %. Кроме того, соотношение основного капитала в суммарных активах должно быть не менее 4 %. Таким образом, Райффайзен Банк Аваль может быть отнесен в группу достаточно капитализированных банков.

Коэффициент мгновенной ликвидности (Н₄) – 53 %, при рекомендуемом значении – не менее 20 %. Норматив текущей ликвидности (Н₅) – 64,29 %, норматив краткосрочной ликвидности

(H_6) – 36,69 %. Следовательно, банк может погасить 53 % обязательств до востребования, в случае их одновременного представления к погашению, и 64 % обязательств со сроком погашения до 31 дня и 39 % краткосрочных обязательств.

Норматив максимального размера кредитного риска на одного контрагента (H_7) – 20,26 %. В случае превышения данного норматива банк должен корректировать регулятивный капитал на размер превышения анализируемого норматива. В 2009 году значение максимального размера кредитного риска Райффайзен Банк Аваль допущено не было.

Значение коэффициента высоких кредитных рисков (H_8) составило 32,57 %. Кредитный риск на одного контрагента считается высоким, если сумма всех требований банка к этому контрагенту или группе связанных контрагентов составляет 10 % и более от регулятивного капитала банка. В виду того, что значение данного индикатора превышает данную величину, кредитный риск на одного контрагента или группы связанных контрагентов достаточно высок.

Норматив максимального размера кредитов, гарантий и поручительств, выданных одному инсайдеру (H_9) – 0,49 %, норматив максимального совокупного размера кредитов, гарантий и поручительств, выданных одному инсайдеру (H_{10}) – 3,2 %, что говорит о незначительных рисках банка, проводящего операции с клиентами.

Коэффициент инвестирования в ценные бумаги (H_{11}) составляет 0,52 %, а норматив в общей суммы инвестирования (H_{12}) – 0,77 %. Столь низкие значения показателей говорят об отсутствии рисков инвестирования Райффайзен Банк Аваль своих средств в ценные бумаги и паи других учреждений и юридических лиц.

Так, на протяжении 2009 года Райффайзен Банк Аваль придерживался всех нормативов, рекомендованных Национальным банком Украины.

Таким образом, платежеспособность и финансовую устойчивость банка, рассчитанную на конец 2009, можно считать положительной, что, несомненно, вызвано оздоровлением банковского сектора Украины от последствий мирового финансового кризиса 2008 – 2009 гг.

Научн. рук. Раевнева Е. В.

Литература: 1. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / І. М. Парасій-Вергуненко. – К. : КНЕУ, 2003. – 347 с. 2. Постанова НБУ № 368 від 28.08.2001 г. "Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ufs.kiev.ua. 3. www.aval.ua.

УДК 330. 59

Верба В. Ф.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ІНДЕКС ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В ОЦІНЦІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Анотація. Розглянуто сутність людського розвитку та визначено місце України у міжнародній спільності за основними його показниками.

Аннотация. Рассмотрена сущность человеческого развития и определено место Украины на международной арене по основным его показателям.

Annotation. The nature of human development and the place of Ukraine in the international community for its main indicators are considered.

Ключові слова: якість життя, індекс людського розвитку, тривалість життя, освіченість, ВВП на душу населення.

Людський розвиток за своєю суттю є складним комплексним поняттям, що включає в себе різні напрями і сторони життєдіяльності населення і людини зокрема. В центрі людського розвитку знаходиться людина як всебічний розвиток здібностей та задоволення її потреб. Значний внесок у вивчення теоретичних та практичних аспектів дослідження людського розвитку належить зарубіжним вченим – А. Сену, А. Льюїсу, Г. Беккеру, С. Валентею, О. Кузнецовій, Л. Несторову. В Україні дослідженнями людського розвитку займається велике коло науковців, які приділяють значну увагу проблемам формування людського розвитку. Серед них В. Антонюк, О. Грішнова, Е. Лібанова, А. Колот, В. Куценко, Л. Тертична та ін. [1].

© Верба В. Ф., 2010



Метою даної статті є дослідження сутності людського розвитку та визначення місця України у міжнародній спільноті за основними його індикаторами.

Життєвий рівень у всіх країнах різний. Кожна людина не має однакових прав на власну діяльність, на одержання всіх тих можливостей, які їй надає держава. Все це залежить від комплексу певних середовищ, а саме: політичного, соціального, економічного, духовного та екологічного. Порівнюючи ці умови в різних країнах, можна знайти шляхи їх поліпшення за допомогою показника людського розвитку [2]. Концепція людського розвитку визначає задоволення фізичних і духовних потреб людини, а компоненти індексу людського розвитку (ІЛР) відображають основні соціально-економічні процеси, що відбуваються у суспільстві. Людський розвиток в Україні розглядається через тривірневу систему (рис. 1).



Рис. 1. Три напрямки людського розвитку

Для трьох основних вимірів людського розвитку Програмою розвитку ООН (ПРООН) розроблена система базових показників, які регулярно розраховуються для майже усіх країн світу. Так, показник очікуваної тривалості життя прийнято оцінювати окремо для чоловіків і для жінок. В Україні очікувана тривалість життя за даними звіту ПРООН за 2007 рік становила 66,1 року, в тому числі в чоловіків – 57,8, у жінок – 69 (рис. 2).

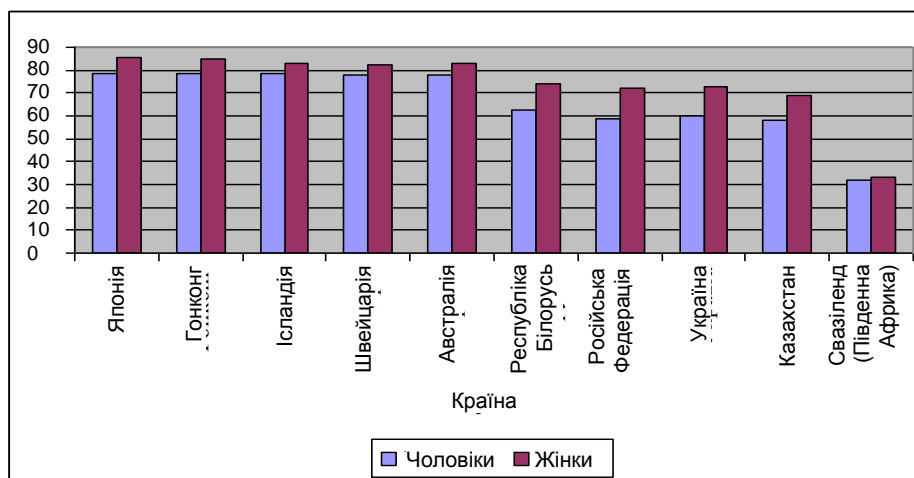


Рис. 2. Очікувана тривалість життя чоловіків та жінок у деяких країнах світу



Настільки значна різниця тривалості життя чоловіків і жінок у країні створює значні соціальні, медичні, психологічні, економічні проблеми. Це означає, що кожна жінка України приречена на овдовілу самотність у старості в середньому на 12,4 роки.

Середня тривалість життя жінок у світі становить 67,9 року. При цьому найвища тривалість життя жінок реєструється в Японії – 85,4 роки, найнижча – у Свaziленді – 32,9 року.

Середня тривалість життя чоловіків у світі становить 63,3 роки. При цьому найвища тривалість життя чоловіків реєструється в Ісландії – 78,7 року, найнижча – у Свaziленді – 32,1 року. Таким чином, різниця тривалості життя чоловіків і жінок у світі становить 4,6 роки.

Показник освіченості є також важливим індикатором. Цей вимір людського розвитку відображає можливості людей набувати знань і здібностей для повноправної та багатогранної участі в житті сучасного суспільства та суттєвого і значимого особистого внеску в це життя.

Показник матеріального рівня життя має відображати можливості доступу людей до матеріальних ресурсів, необхідних для гідного існування, включаючи ведення здорового способу життя, забезпечення територіальної і соціальної мобільності, обмін інформацією і участь в житті суспільства. Цей вимір, безумовно, є найскладнішим для оцінки і трактування людського розвитку. ПРООН підкреслює, що ВВП на душу населення, як індикатор цієї складової найменш вдало із чотирьох показників відображає реальні можливості людського розвитку.

Для побудови загального індексу людського розвитку потрібне їх агрегування. В загальному вигляді індекс людського розвитку розраховується за формулою простої середньої арифметичної індексів окремих складових:

$$ІЛР(НДІ) = \frac{I_{life} + I_{educ} + I_{inc}}{3}$$

Проаналізувавши значення показника ІЛР по країнах світу у динаміці, визначено середні значення ІЛР по кожній групі країн (таблиця).

Таблиця

Динаміка середніх значень ІЛР

Рейтинг ІЛР	Середні значення ІЛР				
	2000 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
1. Країни з високим рівнем ІЛР	0,871	0,879	0,881	0,882	0,882
2. Країни з середнім рівнем ІЛР	0,640	0,660	0,67	0,68	0,68
3. Країни з низьким рівнем ІЛР	0,388	0,397	0,401	0,416	0,421

Виходячи з таблиці, можна зробити такі висновки:

1) по всіх групах країн спостерігається тенденція зростання ІЛР у період 2000 – 2006 рр., незважаючи на наявність умов, що гальмують зростання цього індикатора (особливо в країнах з низьким рівнем розвитку): погана освіта, висока смертність, низький рівень матеріальної культури й економіки, епідемія СНІДу й супутня йому смерть;

2) необхідно відзначити країни з високим рівнем розвитку – їхні значення максимально наближене до одиниці. Наприклад, Ірландія: ще тридцять років тому ця країна вважалася однією із найбідніших і відсталих у Західній Європі, але завдяки посиленій державній підтримці інноваційного сектору економіки Ірландія зробила величезний стрибок уперед і сьогодні є однією з найбільш передових у технологічному й економічному аспекті;

3) Україна на 82-му місці й перебуває в групі із середнім рівнем людським розвитком, тому доцільно порівняти значення індексу по Україні із середнім значенням по всій групі. Отже, можна зазначити, що Україна перевищує середній рівень розвитку на 0,2 порівняно із середнім значенням групи (рис. 3).

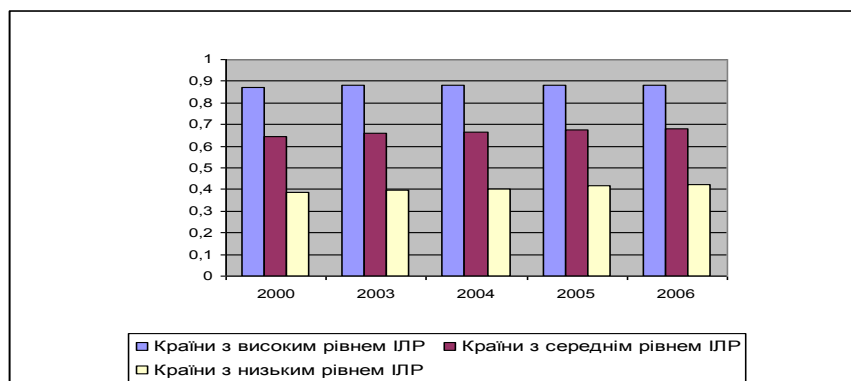


Рис. 3. Динаміка середніх значень індексу людського розвитку



Основною метою розвитку є зростання якості життя всього населення. За минулі роки економічного зростання значно поліпшились такі показники, як освіта, тривалість життя, дитяча смертність, політична та соціальна стабільність в Україні тощо.

Людський розвиток, який має за мету забезпечення гідного життя для всіх людей, сприяє подоланню бідності, а отже, подоланню нерівності, становленню і розвитку демократії, збереженню соціальної та політичної стабільності в суспільстві [3]. Людський розвиток розглядається як процес розширення людського вибору, і як досягнутий рівень добробуту людей.

Наук. керівн. Раєвнева О. В.

Література: 1. Грішнова О. А. Людський розвиток : навч. посібн. / О. А. Грішнова. – К. : КНЕУ, 2006. – 308 с. 2. Людський розвиток в Україні: 2004 рік (колектив авторів) / Щорічна науково-аналітична доповідь / за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2004. – 266 с. 3. Лібанова Е. Індекс людського розвитку регіонів України / Е. Лібанова. — К. : Інвестиційний рейтинг регіонів України, 2002. – С. 59. 4. Удотова Л. Ф. Соціальна статистика : підручник / Л. Ф. Удотова. – К. : КНЕУ, 2002. – 376 с. 5. <http://hdr.undp.org/en/>.

Соколова М. В.

УДК 31:331.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ПОБУДОВА МОДЕЛІ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто безробіття як основний показник ринку праці. Вирішено такі завдання: вибір функції моделювання, прогнозування безробіття на основі одно факторних нелінійних моделей.

Аннотация. Рассмотрена безработица как основной показатель рынка труда. Решены следующие задачи: выбор функции моделирования, прогнозирование безработицы на основе одnofакторных нелинейных моделей.

Annotation. An unemployment as the main indicator of the labor market was considered. The following objectives: selection function modeling, forecasting unemployment on the basis of a single factor non-linear models are achieved.

Ключові слова: ринок праці, безробітне населення, зайняте населення, працевдатне населення, оплата праці.

У системі ринкових відносин важливе місце займає ринок одного з основних факторів виробництва – праці. На цьому ринку зіштовхуються інтереси працевдатних людей і роботодавців, що представляють державні, муніципальні, суспільні частки організації. Відносини, що складаються на ринку праці, мають яскраво виражений соціально-економічний характер, вони торкаються насущних потреб більшості населення країни. Через механізм ринку праці встановлюються рівні зайнятості населення й оплати праці. Істотним наслідком процесів, що відбуваються на ринку праці, стає безробіття – у цілому негативне, але практично неминуче явище громадського життя.

Безробіття становить складне, багатоаспектне, соціально-економічне явище, коли частина економічно активного населення не зайнята в суспільному виробництві товарів і послуг, не може реалізувати свої фізичні й розумові здатності за допомогою ринку праці [1].

Актуальність теми полягає, насамперед, у серйозних економічних і соціальних витратах, які спричиняє безробіття. Один з головних негативних наслідків безробіття – неробочий стан працевдатних громадян й, відповідно, не випущена продукція. Отже, безробіття заважає суспільству розвиватися й рухатися вперед з урахуванням своїх потенційних можливостей. В остаточному підсумку це виражається в зниженні темпів економічного зростання, зменшення обсягів валового національного продукту.

Метою роботи є прогнозування рівня безробіття в Україні на основі побудови трендової моделі.

Для отримання прогнозних значень безробітного населення на 2010 рік побудуємо модель залежності значень показника від часу. Для того щоб можна було використати модель для побудови прогнозу на певний період, необхідно відібрати найбільш адекватні моделі, тобто моделі з найбільшим коефіцієнтом детермінації.

Вихідні дані для побудови моделі наведено на рис.1, період дослідження 2005 – 2009 рр. у поквартальному розрізі.

© Соколова М. В., 2010

	1 Var1	2 Var2
1	1003,7	1
2	975,8	2
3	922,2	3
4	891,9	4
5	907,1	5
6	871,2	6
7	816,6	7
8	784,8	8
9	791,2	9
10	751,4	10
11	702,9	11
12	673,1	12
13	658	13
14	624,8	14
15	589,2	15
16	596	16
17	889,6	17
18	830,4	18
19	751,1	19
20	693,1	20

Рис. 1. Вихідні дані

На рис. 2 подано графік зміни значень безробітного населення.

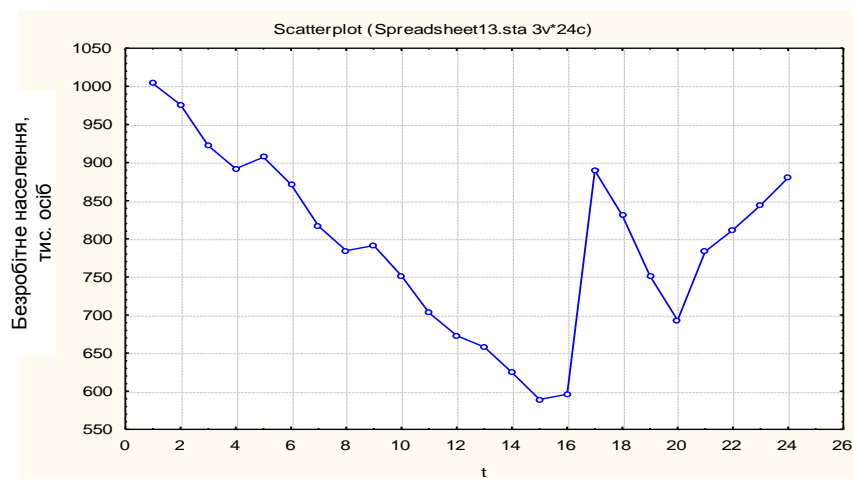


Рис. 2. Графік розсіювання

За тих умов, що розсіювання фактичних даних має явно виражений нелінійний характер (рис. 2), то для пошуку правильної функції моделі беремо тільки нелінійні залежності.

У таблиці наведено результати перебору функцій і відповідні їм значення коефіцієнтів детермінації.

Таблиця

Функції для розрахунку коефіцієнта детермінації

№ п/п	Назва функції	Функція	Коефіцієнт адекватності
1	Експоненційна	$B_n = a0 \times a1^t$	0,72
2	Поліноміальна (2 порядку)	$B_n = a0 \times a1 \times t + a2 \times t^2$	0,84
3	Логарифмічна	$B_n = a0 + a1 \times \log(t)$	0,78
4	Показна	$B_n = a0 + e^{(a1 \times t^2)}$	0,056
5	Логістична	$B_n = k / 1 + a0 \times e^{(a1 \times t)}$	0,72

Як видно з таблиці, поліноміальна функція 2 порядку має найбільший коефіцієнт детермінації, рівний 0,84, яка свідчить про те, що дана функція може бути використана для прогнозування даного показника на 2010 рік і отримане значення показника безробітного населення можна вважати правильним.

Розрахунки параметрів моделі проводились за допомогою ППП Statistica 6.0 [2].

На рис. 3 представлено формальний вигляд моделі та критерії її адекватності.

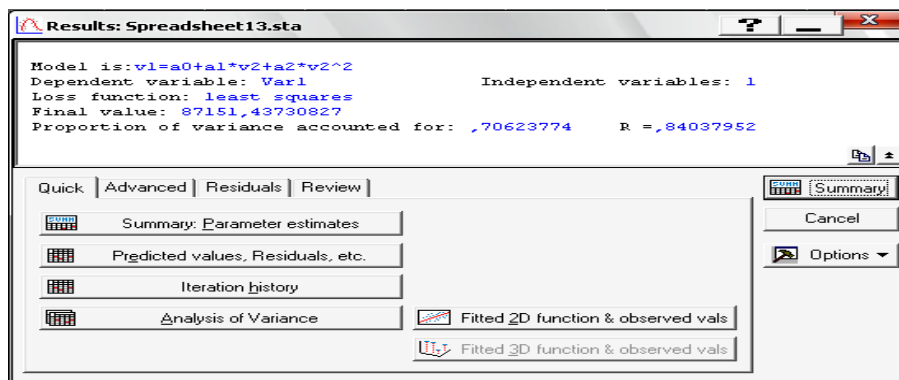


Рис. 3. Вікно результатів моделі

На рис. 4 зображені параметри, помилки та рівень значущості моделі.

Model is: $v1=a0+a1*v2+a2*v2^2$ (Spreadsheet13.sta)						
Dep. Var. : Var1						
Level of confidence: 95.0% (alpha=0.050)						
	Estimate	Standard error	t-value df = 17	p-level	Lo. Conf Limit	Up. Conf Limit
a0	1090,368	53,26907	20,46906	0,000000	977,9800	1202,756
a1	-55,681	11,68273	-4,76609	0,000179	-80,3294	-31,033
a2	1,955	0,54038	3,61691	0,002129	0,8144	3,095

Рис. 4. Параметри моделі

Проаналізувавши рис. 4, можна зазначити, що параметри моделі значимі, тому вони повинні бути включені в модель.

Таким чином, можна зробити висновок, що модель безробітного населення має такий вигляд:

$$B_n = 1090,37 - 55,68 \times t + 1,95 \times t^2.$$

Прогнозні значення показника безробітного населення на 1 – 4 квартали 2010 року представлені на рис. 5.

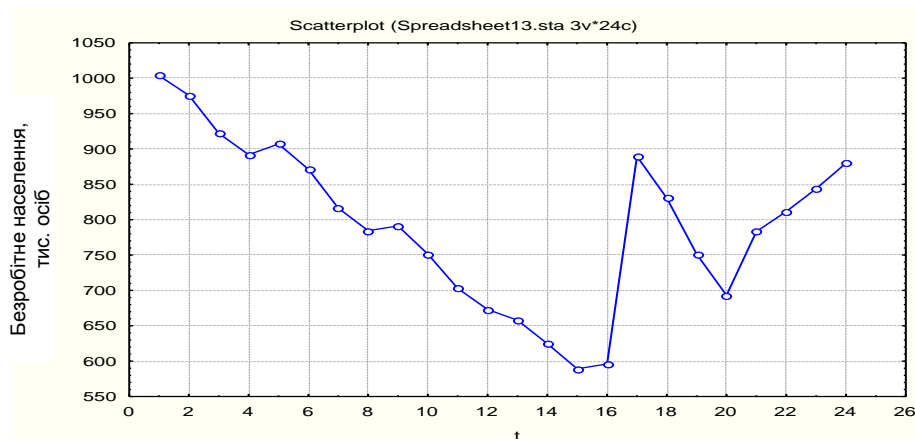


Рис. 5. Прогнозні значення безробітного населення

Таким чином, можна зробити висновок, що показник безробітного населення має негативну тенденцію щодо збільшення, про що свідчать прогнозні значення: в 1 кварталі 2010 року кількість безробітного населення буде складати 783,222 тис. осіб, в 2 кварталі 811,606 тис. осіб, в 3 кварталі 843,9 тис. осіб, а в 4 кварталі безробітне населення буде дорівнювати 880,104 тис. осіб.

Наук. керівн. Грачов В. І.

Література: 1. Махсма М. Б. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / М. Б. Махсма. – К. : Атіка, 2005. – 304 с. 2. Бабешко Л. О. Основы эконометрического моделирования : учебн. пособ. / Л. О. Бабешко. – 2-е изд. испр. – М. : КомКнига, 2006. – 432 с. 3. <http://ukrstat.gov.ua>.

КОРОТКОСТРОКОВЕ ПРОГНОЗУВАННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Анотація. Розглянуто проблему короткострокового прогнозування макроекономічних показників розвитку держави в умовах кризи.

Аннотация. Рассмотрена проблема краткосрочного прогнозирования макроэкономических показателей развития страны в условиях кризиса.

Annotation. The problem of the short-term prognostication of macroeconomics indexes of development of country in the conditions of crisis is considered; the certain economic instability in the conditions of crisis situation which was folded in Ukraine.

Ключові слова: макроекономічні показники, короткострокове прогнозування, модель Хольта, модель Брауна.

Політична, соціальна та військова доля країн значною мірою залежить від економічного розвитку, і немає життєво важливішої сфери для успіху держави, ніж її макроекономічний розвиток. Життєвий рівень країни значною мірою залежить від її макроекономічної політики.

Для аналізу економічних явищ і процесів, складних господарських взаємозв'язків необхідна система надійних взаємозумовлених показників. В економічній теорії та у господарській практиці використовують різні форми виміру суспільного продукту. Різноманітність форм і способів виміру результатів народногосподарської діяльності зумовлена різними теоретичними підходами до характеристики суспільного виробництва, різною методикою статистичних розрахунків, різними стадіями руху суспільного продукту в процесі економічного кругообігу.

Макроекономічні показники є важливими елементами не тільки суто теоретичних досліджень, але й відіграють провідну роль у формуванні засад державної економічної політики. Головна мета державного втручання в економічному розвитку – забезпечення безперервного процесу відтворення національного господарства як єдиного цілого, досягнення економічної ефективності на макрорівні. Її реалізація здійснюється через усвідомлене визначення суспільних потреб і шляхів їх задоволення.

Економічні функції держави винятково різноманітні. Вони настільки широкомасштабні, що навіть складно скласти вичерпний їх перелік. Деякі з цих функцій спрямовані на підтримку і забезпечення функціонування ринкової економіки. До них, зокрема, відносяться такі важливі види діяльності держави, як забезпечення правової бази і суспільної атмосфери, що сприяли б ефективному функціонуванню ринкової економіки, а також створення умов для конкуренції.

Інша група функцій, покладених на державу, спрямована на підсилення і модифікацію сили ринкових відносин. До них передусім відносяться: перерозподіл ВВП і національного багатства, стабілізація економіки шляхом широкого контролю за фінансовою, грошово-кредитною діяльністю юридичних і фізичних осіб, аналіз економічної кон'юнктури, коригування розподілу ресурсів з метою вдосконалення структури суспільного виробництва.

В умовах кризової ситуації, яка склалася в Україні, існує велика нестабільність економічного рівня держави. Тому для прийняття певних рішень у політичній та соціальній сфері важливо бачити короткострокові перспективи. Останнє є вкрай необхідним, оскільки дозволяє вживати упереджуючих заходів з тим, щоб не втратити перші ознаки позитивного характеру, що намітилися в розвитку економіки. З іншого боку, зокрема на ранніх стадіях зародження окремих негативних тенденцій, важливо їх вчасно розпізнавати. Саме це і доводить необхідність короткострокового прогнозування економічних процесів. Розв'язання задач, що виникають у процесі таких економічних досліджень, можливе за наявності надійних моделей та методів, і насамперед економетричних.

Проблемою розвитку методів прогнозування у свій час займалися багато провідних науковців. Серед найвідоміших дослідників чільне місце займають І. Бестужев-Лада, Г. Тейл, Г. Хауштейн, Ф. Там, Д. Мур. На сьогодні в Україні тематику короткострокового прогнозування на постійній основі розробляють в Інституті економічного прогнозування НАН України та деяких інших спеціалізованих установах. Свій вагомий внесок у теорію і практику прогнозування зробили вітчизняні науковці: Ю. Архангельський, О. Бакаєв, В. Бесєдін, О. Власенко, В. Геець, В. Голиков, І. Євдокімова, О. Ємельянов, Н. Костіна, І. Крючкова, Ф. Кушнірський, В. Михалевич, М. Михалевич, В. Науменко, Б. Панасюк, А. Ревенко, М. Тимчук, В. Юрчишин.

З огляду на особливості розвитку економіки у перехідних умовах, а також з метою врахування у макроекономічних модельних розробках саме факторів, що характеризують розвиток соціальної сфери, в роботі запропоновано нові підходи щодо аналітичної оцінки ефективності заходів



соціальної політики в державі. Розроблено відповідні моделі, які дозволяють здійснювати прогнозування динаміки ВВП на короткострокову перспективу з урахуванням соціальних факторів і дослідженням їх впливу на економіку.

До адаптивних моделей короткострокового прогнозування відносять моделі Хольта та Брауна. Ці моделі пристосовувати свою структуру і параметри до зміни умов.

Отже, дані моделі короткострокового прогнозування можуть використовуватись для наукового обґрунтування соціальної політики Уряду та підготовки матеріалів прогнозного характеру, оцінки ефективності економічної та соціальної політики, а також сприятимуть розвитку методів економіко-математичного моделювання та короткострокового прогнозування в Україні.

Наук. керівн. Гриневич Л. В.

Література: 1. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами [Текст] / Э. Деминг. – М. : Альпина Паблишерз, 2009. – 419 с. 2. Экономико-математические методы и прикладные модели [Текст] / под ред. В. В. Федосеева. – М. : ЮНИТИ, 2002. – С. 216.

Балабан Д. Д.

УДК 005.591.6

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОЕКТ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

Анотація. Розглянуто поняття реінжинірингу бізнес-процесів, особливості впровадження й проект його проведення на українських підприємствах.

Аннотация. Рассмотрено понятие реинжиниринга бизнес-процессов, особенности внедрения и проект его проведения на украинских предприятиях.

Annotation. The concept of reengineering business processes, especially the introduction and the draft of its holding in Ukrainian enterprises is studied.

Ключові слова: бізнес-процеси, реінжиніринг, проект, засоби автоматизації.

На початку 90-х років ХХ ст. у світовій теорії й практиці управління сформувалася наукова теорія реінжинірингу, яка розглядає бізнес-процеси як об'єкти управління, методика, способи виходу організації зі стану кризи, управління та дефіциту вільних фінансових ресурсів. Оптимізаційний ефект реінжинірингу бізнес-процесів став залучати до себе увагу і став актуальним. Фундаментальні основи теорії реінжинірингу бізнес-процесів були закладені роботами М. Хаммера, Дж. Чампі, А. Берна, Тельнова Ю. Ф. та ін. [1 – 3].

Поява й розвиток бізнес-реінжинірингу на Україні звичайно пов'язують із бажанням істотно поліпшити ринкову діяльність підприємства, усунути кризові явища.

Оскільки вітчизняні компанії рідко використовують процесний підхід у своїй діяльності, то впровадження реінжинірингу бізнес-процесів потребує значних кординальних змін. Слід замінити існуючий функціональний підхід на процесний. Як правило, роботи з бізнес-реінжинірингу проводяться не менш ніж протягом одного року. Існує багато питань, на які треба дати відповідь при розгляді проектів з реінжинірингу бізнес-процесів.

На основі етапів проведення бізнес-реінжинірингу, розроблених Тельновим Ю. В. [2], запропоновано програму дій з реінжинірингу для українських компаній. Основні етапи реалізації реінжинірингу такі: ідентифікація бізнес-процесів, зворотний інжиніринг, прямий інжиніринг, розробка проекту та впровадження. Далі детально розглянемо всі етапи.

Ідентифікація бізнес-процесів полягає в тому, що формулюється проблема й ініціація робіт з бізнес-реінжинірингу. Менеджери повинні поставити перед собою стратегічні цілі. Крім того, створюються команди, яким необхідно буде розробити проект реінжинірингу.

Наступний етап – це зворотний інжиніринг, тобто дослідження існуючих бізнес-процесів. На стадії зворотного інжинірингу будуються принципові схеми бізнес-процесів, що дозволяють зрозуміти сутність бізнес-процесу в цілому й виявити напрямки реорганізації бізнес-процесів. Багато компаній, використовуючи методи бізнес-інжинірингу, обмежуються зворотним бізнес-інжинірингом, тому що він є самостійною цінністю, оскільки дає можливість виявляти вузькі місця компанії, оцінювати наслідки збільшення (зменшення) ресурсів у деякому підрозділі, порівнювати між собою наслідки різних варіантів.

© Балабан Д. Д., 2010



Прямий інжиніринг є побудовою нових бізнес-процесів. На цей етап необхідно звернути особливу увагу, оскільки проводиться розробка моделі бізнес-процесів. На основі моделювання бізнес-процесів необхідно вибрати найбільш ефективні з погляду реалізації ключових факторів успіху варіанти їхньої організації.

Після визначення основних напрямків реорганізації бізнес-процесів здійснюється розробка підсистем, що забезпечують підтримуюче функціонування нової системи організації бізнесу.

При розробці проекту реінжинірингу особливу увагу необхідно звернути на організаційно-економічну систему. Реінжиніринг бізнес-процесів передбачає значне скорочення штату. Люди, які працюють на підприємстві, повинні бути підготовленими до нової діяльності. Необхідно проводити курси, семінари для ознайомлення і навчання персоналу, або залучати нових спеціалістів.

У реінжинірингу бізнес-процесів використовуються сучасні засоби автоматизації проектування (CASE Oracle Designer2000, SilverRun, Natural Engineering Workbench та ін. або комплексні системи керування ресурсами підприємства (ERP)). При цьому визначаються необхідні ресурси і за необхідності реалізується спеціалізована інформаційна система.

Українським компаніям, щоб досягти поставленої мети при виборі засобів автоматизації, необхідно враховувати її вартість, оскільки більшість невдач при проведенні реінжинірингу відбуваються через недостатню кількість коштів.

Упровадження проекту здійснюється поетапно відповідно до пріоритетів, установлених на етапі ідентифікації бізнес-процесів. Є важливим уміле стикування й перехід від старих процесів до нових, так, щоб виконавці процесів не відчували дисгармонії робочої обстановки й не переживали стан робочого стресу.

Українські підприємства тільки починають упроваджувати концепцію реінжинірингу. Деякі компанії після спроб проведення реінжинірингу, не мають змоги розвиватися далі або взагалі закриваються. Це зумовлено перш за все неосвідченістю українських спеціалістів, конкуренцією, високою вартістю інформаційних технологій і послуг спеціалістів для впровадження реінжинірингу. Незважаючи на гіркий досвід більшості, деякі підприємства здобули успіх. Вони досягли відповідності вимогам стандартів якості ISO 9000:2000, гнучкості та свободи вибору при побудові організаційних структур, прозорості бізнес-систем, легкості впровадження планово-бюджетних механізмів, регламентації й однозначного визначення результатів роботи кожного співробітника.

Наук. керівн. Мазоренко О. В.

Література: 1. Берн Андерсен Бизнес-процессы. Инструменты усовершенствования / Берн Андерсен ; пер. с англ. С. В. Ариничева // научн. ред. Ю. П. Адлер. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2003. – 272 с. 2. Тельнов Ю. Ф. Интеллектуальные информационные системы в экономике. Учебная помощь. Серия "Информатизация России на пороге XX века" / Ю. Ф. Тельнов. – М. : СИНТЕГ, 1999. – 216 с. 3. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи ; пер. с англ. – СПб. : Изд. СПбУ, 1997. – 332 с.

УДК 005.511:004.78

Середа Г. І.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

КЛАСИФІКАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Анотация. Розглянуто теоретичні основи електронної комерції (ЕК), удосконалено визначення ЕК і запропоновано класифікацію моделей ЕК.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы электронной коммерции (ЭК), усовершенствовано определение ЭК и предложена классификация моделей ЭК.

Annotation. The theory of electronic commerce (EC) is devoted. The improved definition of EC and new classification of models of EC are offered.

Ключові слова: інформаційна економіка, електронна комерція (ЕК), електронні технології, модель ЕК, B2B (бізнес для бізнесу), B2C (бізнес для споживача).

Усвідомлення вітчизняними підприємствами необхідності використання передових інформаційних технологій у своїй діяльності, широкий доступ до Інтернет, наявний досвід зарубіжних підприємств, поступова реалізація державної програми з розвитку інформаційного суспільства сприяють становленню та розвитку ЕК, що є невід'ємною складовою інформаційної економіки. Це обумовлює необхідність систематизації існуючих знань у сфері ЕК. Проте особливої уваги потре-

© Середа Г. І., 2010



бують саме моделі ЕК, розмаїття яких визначає необхідність створення класифікації, яка б слугувала своєрідним орієнтиром для підприємств, що мають на меті їх використання для інтеграції в інформаційну економіку.

Отже, мета цього дослідження полягає в розробці теоретичних положень, а саме: визначенні поняття ЕК і розробці класифікації її моделей. При цьому об'єктом дослідження виступають моделі ЕК, а предметом – методи їх класифікації.

Вагомий внесок до розробки теоретичних основ зробили такі вчені, як: А. Вінстон [1], Б. Джваровські [2], Р. Калакота [1], А. Кантарович [3], Д. Рейпорт [2], В. Царьов [3], А. Юрасов [4] та ін.

Проведений морфологічний аналіз запропонованих різними авторами у різний час визначень установив, що на сьогодні не існує єдиного підходу до визначення ЕК, а також дав змогу удосконалити його. Таким чином, під ЕК розуміємо сукупність дій підприємства щодо використання електронних технологій з метою підвищення ефективності здійснюваних ним бізнес-процесів, пов'язаних з обміном товарами, послугами й інформацією.

Треба зазначити, що у літературі наведено широку типологію моделей і детальний опис кожної із них. У ролі класифікаційних ознак виділені такі: приналежність моделі до певного ринку (сектору) ЕК (В2В, В2С тощо) [4]; вид основного потоку бізнес-процесів (матеріальний, фінансовий, інформаційний) [5].

На основі проведеного дослідження можна запропонувати власну класифікацію, що полягає у поділі моделей за призначенням на основні й допоміжні.

До основних належать ті, які безпосередньо можуть бути обрані й організовані підприємством або до яких підприємство може приєднатись шляхом реєстрації. При цьому можна розрізняти низку типових рішень для ринків В2В та В2С ЕК відповідно.

До моделей ринку В2В належать: закупівельна служба, електронний аукціон, електронна біржа, електронний ринок, електронний торговельний майданчик, інтегрований комплекс, корпоративний інформаційний портал, корпоративний сайт, сайт-буклет. До моделей, що реалізуються в межах В2С ринку, включені такі, як: віртуальне співтовариство, електронний аукціон, електронний каталог, електронний магазин, електронний універмаг, промо-сайт, сайт-візитка.

Допоміжні моделі ЕК призначені сприяти інтеграції підприємства в інформаційну економіку. Серед них виділені моделі з технологічного сервісу, які забезпечують технологічну основу, необхідну для впровадження підприємством обраної моделі, і полегшують організацію електронної взаємодії підприємства з іншими суб'єктами ЕК. До них належать: постачальники послуг технологічного ланцюжка, зокрема з доставки товару, а також платіжні системи й електронний ринок третіх фірм.

До допоміжних моделей з додаткового сервісу можна віднести ті, які надають широкий спектр послуг, що сприяють підвищенню ефективності використання ЕК підприємством в цілому. Серед них можна виділити інформаційних брокерів, постачальників консалтингових і дослідницьких послуг.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження було вдосконалено визначення ЕК, що більш глибоко розкриває її сутність. У статті запропоновано класифікацію моделей ЕК за призначенням, що дозволяє окреслити перелік основних моделей, які можуть бути обрані підприємством з метою інтеграції в інформаційну економіку, а також допоміжних, що сприяють інтеграції. Подальші ж дослідження можуть бути присвячені розробці методики запровадження підприємством ЕК, методам оцінки ефективності її використання.

Наук. керівн. Мазоренко О. В.

Література: 1. Kalakota R. Electronic Commerce: A Manager's Guide / R. Kalakota, A. Whinston. – Addison-Wesley, 1997. – 461 p. 2. Rayport J. F. Introduction to e-Commerce / J. F. Rayport, B. J. Jaworski. – New York : McGraw-Hill, 2002. – 664 p. 3. Царьов В. В. Электронная коммерция / В. В. Царьов, А. А. Кантарович. – СПб. : Питер, 2002. – 320 с. 4. Электронная коммерция : учеб. пособие / А. В. Юрасов. – М. : Дело, 2003. – 480 с. 5. Висоцька В. А. Особливості проектування та впровадження систем електронної комерції / В. А. Висоцька // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 631. – С. 34–45.

Ельцова М. О.

УДК 691.1.01

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто заходи удосконалення рекламної діяльності на підприємстві, проаналізовано особливості цих заходів, запропоновано нові шляхи щодо удосконалення рекламної діяльності.

Анотация. Рассмотрены меры усовершенствования рекламной деятельности на предприятии, проанализированы особенности этих мер, предложены новые пути по усовершенствованию рекламной деятельности.

© Ельцова М. О., 2010

Annotation. The measures to improve promotional activities at the company are considered, the features of these measures are analyzed, new ways to improve promotional activities are suggested.

Ключові слова: рекламна діяльність, засоби розповсюдження рекламного звернення, оцінка ефективності реклами.

Сьогодні актуальність рекламної діяльності не викликає сумнівів, тому що вона відіграє ключову роль у розвитку ринкової економіки, самого підприємства і є їх важливим елементом. Якщо підприємство втратить зі своїм споживачем зв'язок, яким є реклама, то споживач перестане вкладати гроші в удосконалювання старих і створення нових товарів і послуг. Від звичайного інформаційного повідомлення реклама відрізняється зацікавленістю в кінцевому результаті.

Питання рекламної діяльності вивчали такі вчені, як Герасимчук В. Г., Головлева О. Л., Котлер Філіп, Обритько Б. А., Д. О'Гілві, Панкратов Ф. Г., Полукаров В. Л. та ін.

Реклама – це вид соціальної діяльності, спрямований на задоволення потреб у товарах, послугах та ідеях, де встановлюються зв'язки між споживачами й торговцями, якими можуть бути безпосередньо виробники або торгові посередники.

Рекламна діяльність – неодмінна складова маркетингових комунікацій – комплексу заходів, які використовує підприємство (товаровиробник, посередник) для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари чи послуги.

Рекламна діяльність охоплює увесь комунікаційний процес – від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту, його виготовлення та публікації в засобах масової інформації. Рекламна діяльність складається з таких етапів:

- визначення рівня потреби в рекламі товарів, послуг чи ідей;
- проведення маркетингових досліджень, необхідних для визначення цілей і напрямків рекламної діяльності;
- розробка стратегії і тактики реклами;
- планування рекламних заходів;
- створення рекламних звернень;
- розповсюдження рекламних звернень;
- оцінка ефективності рекламних заходів.

З погляду рекламодавця роль носіїв реклами в принципі можуть виконувати будь-які засоби, що задовольняють дві умови: вони повинні бути створені так, щоб мали змогу донести інформацію до споживача; контакт із ними повинен представляти користь для цільової групи. Вибираючи канали рекламування виробів і послуг, фахівці звертають увагу насамперед на показники охоплення, частоту, силу впливу, вартість. Кожному з перелічених засобів властиві свої специфічні переваги й обмеження.

Теорії реклами по-різному визначають оптимальне поєднання різних способів досягнення бажаного ефекту рекламної комунікації. Ефективна реклама тримається на трьох китах: на вмінні реклами привернути увагу; на вмінні реклами переконати споживача в необхідності діяти певним чином: купити товар, відправити купон споживача за вказаною адресою, спробувати продукт; на здатності реклами зафіксувати в пам'яті споживача отриману рекламну інформацію. Ефективним можна вважати рекламне повідомлення, яке створює у споживача хоча б мінімальні зміни у відношенні до рекламованого товару. Для того щоб визначити ступінь цих змін, у рекламній практиці широко використовуються дослідження.

Дослідження в рекламі – це систематичний збір та аналіз інформації з метою підвищення ефективності рекламних заходів. Ефективна рекламна комунікація залежить від декількох факторів, серед яких: правильний вибір однієї або кількох цілей і чітка постановка завдань комунікації (як результат правильно побудованої маркетингової стратегії); оптимальне поєднання каналів розповсюдження реклами (рекламоносіїв або інтегрованих маркетингових комунікацій); передача "правильного" рекламного послання (адекватного завданням рекламної комунікації, спрямованого на конкретну цільову групу).

Таким чином, результативність рекламних заходів оцінюється тим, наскільки повно вдалося досягнути поставлених підприємством цілей.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Головлева Е. Л. Основы рекламы : учебн. пособ. / Е. Л. Головлева. – М. : ЗАО "Издательский Дом Главбух", 2003. – 272 с. 2. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обритько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.: іл. – Бібліогр.: с. 236–237. 3. Основы маркетинга / Котлер Филип и др. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 1998. 4. О'Гилви Д. Тайны рекламного двора / Д. О'Гилви. – М., 1994. 5. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М. : ИВЦ "Маркетинг", 1998. 6. Полукаров В. Л. Телерадиореклама. Инновационные технологии / В. Л. Полукаров. – М. : Издательство ПРИОР, 1998. 7. Пономарев А. М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М. : ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д : Издательский центр "МарТ", 2004. – 240 с.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Розглянуто сутність процесу управління конкурентоспроможністю продукції. Виявлено основні інструменти його підвищення, а також обґрунтовано критерії щодо поліпшення конкурентних переваг продукції на ринку.

Аннотация. Рассмотрена сущность процесса управления конкурентоспособностью продукции. Выявлены основные инструменты его повышения, а также обоснованы критерии относительно улучшения конкурентных преимуществ продукции на рынке.

Annotation. The essence of the management competitiveness is considered. The basic instruments of raising and reasonable criteria to improve the competitive advantages of products on the market are defined.

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю, продукт, якість, маркетинг, потреба, імідж товару, новизна, ціна.

Процес розвитку конкурентоспроможності як комплексної системи суб'єктів господарювання, а також створюваних ними об'єктів (товарів чи послуг) українська актуальна в умовах сучасного повільного розвитку ринкових відносин. При цьому необхідно прагнути до конкурентоспроможності продукції, що випускається, не тільки на внутрішньому ринку, але також на ринках СНД і далекого зарубіжжя. Як наслідок, з'являється гостра потреба в обґрунтуванні ефективних інструментів і методів управління конкурентоспроможністю продукції, здатних забезпечити прийняття оптимальних управлінських рішень для її підвищення.

Місце і роль управління підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства вивчалися та були представлені в працях провідних учених таких, як Ф. Котлера, Ж. Ламбена, В. Кудлай, Л. Данилової, Ю. Полунєєвої, О. Дубрової, О. Виноградова та ін.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування методичних рекомендацій щодо удосконалення процесу управління конкурентоспроможністю продукції шляхом визначення споживчих властивостей і унікальних характеристик продукту (послуги) [1].

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови та чинники, що її формують.

В умовах глобалізації вітчизняні підприємства повинні випускати продукцію, що відповідає світовим стандартам якості. Однак у сучасний період розвитку економіки України вихід з кризи пов'язаний з виробництвом нової продукції не лише технічно досконалої та якісної, а такої, що відповідає кращим зарубіжним аналогам і необхідна вітчизняним та зарубіжним споживачам, яка б задовольняла їх потреби, у виробництві та реалізації якої підприємство зможе максимально використати свої переваги (критерії) (таблиця) [2].

Таблиця

Основні критерії конкурентоспроможності товарів

Критерій	Сутнісна характеристика
Рівень якості	Рівень якості – відносна характеристика, заснована на порівнянні показників якості продукції й аналога конкурента
Безпечність	Безпека продукції – це безпека для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього середовища за значних умов його використання, зберігання, транспортування та утилізації, а також безпека виконання роботи
Адресність	Соціальна адресність – відповідність характеристик продукції специфічним потребам соціальної групи споживачів тощо
Новизна товару	Новий товар – це предмет споживання, який задовольняє нові потреби людини або, порівняно з товаром-попередником, більш повно задовольняє нові потреби
Імідж товару	Імідж організації (підприємства) – популярність і репутація як надійного партнера, здатного забезпечити якість товарів, вчасно виконувати свої зобов'язання
Ціна товару	Ціна як грошовий вираз вартості товару слугує для непрямої зміни величини витраченого на виробництво товару суспільно необхідного робочого часу

Для цього необхідні ефективні методи: вивчення споживача, розробки проектів продукції, виробництва з мінімальними витратами і втратами якості [3].



Покупці вже більш критично відносяться до вибору того чи іншого товару, вимагають до себе більш уваги. В умовах конкуренції, що загострюється на ринку продовольчих і непродовольчих товарів підприємства, які не задовольняють сучасні вимоги, виявляються неконкурентоспроможними [4].

Ефективним засобом підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг є маркетинг. Адже саме його елементи повинні враховувати ступінь задоволення споживачів, відповідати потребам покупцям з урахування простору і часу, місця розташування, частоту нагадування тощо [2].

Таким чином, у результаті проведеного дослідження обґрунтовано основні критерії підвищення конкурентних переваг продукції. Уточнено економічну сутність управління конкурентоспроможності продукції та запропоновано найбільш ефективні інструменти щодо її удосконалення та поліпшення.

Наук. керівн. Миронова О. М.

Література: 1. <http://mstrategy.info/inform05.html>. 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с. 3. Селезнёв В. Основы рыночной экономики Украины : учебн. пособие / В. Селезнёв – 2-е изд., доп. и перераб. – К. : А.С.К., 2002. – 656 с. 4. Сидоренко Е. Н. Мерчандайзинг как инструмент повышения эффективности маркетинга / Е. Н. Сидоренко // Управління розвитком. – 2008. – № 8. – С. 42–43.

УДК 005.311.6:656.02

Шимко І. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу КНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОВ "СУМІОБЛАВТОТРАНС"

Анотація. Розглянуто підходи до прийняття управлінських рішень, а також фактори, які впливають на якість управлінського рішення. Запропоновано вимоги, які забезпечують успішність рішення.

Аннотация. Рассмотрено подходы к принятию управленческих решений, а также факторы, которые влияют на качество управленческого решения. Предложено требования, которые обеспечивают успешность решения.

Annotation. The approaches to accepting managerial decisions, and also the factors, which influence the quality of managerial decisions are considered. Such requirements, which provide the decisions' success are offered.

Ключові слова: управлінське рішення, вимоги щодо управлінських рішень, фінансова діяльність підприємства.

За останні роки внаслідок проведення реформ у різних галузях і широкого застосування принципу децентралізації влади значно зросла роль управління на рівні підприємства. Кожне управління здійснюється через "управлінську працю" на основі управлінських "рішень – команд". Прийняте управлінське рішення має бути спрямоване на досягнення реально поставлених цілей, тільки тоді можна здійснювати управління будь-якими об'єктами. Пряме значення для ефективності прийняття рішення мають компетентність і управлінський досвід осіб, які його приймають.

Проблема прийняття управлінського рішення досліджувалась такими науковцями, як Виханський О. С., Пилипенко С. М., Дафт Р. Л., Хміль Ф. І., Пилипенко А. А. та ін. Питання прийняття ефективного управлінського рішення є актуальним і на сьогодні.

Однак більш детального вивчення вимагає проблема комплексного використання методів пізнання, урахування новітніх досягнень у сфері економіки, науково-технічного прогресу, необхідно дослідити проблемні питання організаційно-правового механізму підготовки та прийняття управлінських рішень на ТОВ "Сумиоблавтотранс" за допомогою методу збору інформації, провести фінансовий аналіз та вдосконалити експертні системи.

Метою проведеного дослідження є аналіз особливостей прийняття управлінських рішень, а також узагальнення методів і функцій управлінських рішень, розгляд їх впливу на діяльність ТОВ "Сумиоблавтотранс" у цілому.

© Шимко І. А., 2010



Рішення є основною формою прояву реакції менеджера на все, що відбувається на підприємстві. Результатом такої реакції стає вирішення проблеми формування, функціонування і розвитку підприємства, максимальне наближення до заданої мети. Рішення, які приймають менеджери, можуть відноситися до будь-якої сфери діяльності підприємства: структури, систем контролю, реакцій на зовнішнє середовище, людських ресурсів [1; 2]. Зустрівши проблему, менеджер повинен прийняти рішення, яке спрямоване на її подолання, реалізувати це рішення і проконтролювати наслідки. Сам процес прийняття рішень визначає дієвість управління.

Управлінське рішення завжди пов'язане з необхідністю впливу на об'єкт керування з метою приведення його в бажаний стан. Оскільки це вимагає витрат часу, варто говорити про процес прийняття рішень. Початковий імпульс у цьому процесі задає інформація про стан контрольованих параметрів керованого об'єкта. В ідеалі прийняття управлінських рішень здійснюється на підставі вичерпної інформації. На практиці це не завжди так і рішення часто приймають в умовах невизначеності, тобто недостатності інформації й одержання додаткової інформації про альтернативні варіанти рішень. Закон Саенсера стверджує: "Кожен може прийняти рішення, володіючи достатньою інформацією. Хороший менеджер приймає рішення і в разі її нестачі, ідеальний – діє коли немає інформації" [3].

Однією з необхідних умов прийняття рішень є компетентність керівника у питаннях, що розглядаються. Компетентність – одна із найважливіших вимог до менеджера будь-якого рівня. Менеджер повинен мати відповідну освіту, знати техніку, технологію конкретного виробництва (невиробничої сфери) на її сучасному рівні. Менеджери в разі прийняття складних питань можуть залучати спеціалістів – запозичувати компетентність шляхом проведення засідань, нарад або використовувати процес делегування повноважень – передача частини своїх повноважень іншим менеджерам з відповідною спеціалізацією.

На якість управлінського рішення впливають різні фактори: компетентність персоналу; ділові й особисті якості керівника, його рольові позиції; якість інформації; відповідність структури управління підприємства; середовище прийняття рішення; інтуїція керівника [4].

Управлінські рішення є багатоаспектними і містять економічну, соціальну, організаційну, правову, психологічну і педагогічну складові. Успішне рішення має бути: науково обґрунтованим, цілеспрямованим, кількісно та якісно визначеним, правомірним, оптимальним, своєчасним, комплексним, гнучким, повністю оформленим [5; 6] (таблиця).

Таблиця

Вимоги, які забезпечують успішність рішення

Ознака	Автор	Визначення
Наукова обґрунтованість	Райченко А. В.	Базуватися на останніх досягненнях і можливостях науки й техніки, аналізі конкретної обстановки, мати кількісну, розрахункову основу
	Хміль Ф. І.	Передбачає розроблення рішень з урахуванням об'єктивних закономірностей розвитку об'єкта управління, які відображаються в технічних, економічних, організаційних та інших аспектах його діяльності
Цілеспрямованість	Райченко А. В.	Мати цільову спрямованість, оскільки відсутність мети унеможливує прийняття обґрунтованих рішень
	Хміль Ф. І.	Кожне управлінське рішення повинно мати мету, чітко пов'язану із стратегічними цілями та планами розвитку об'єкта управління
Правомірність	Райченко А. В.	Означає прийняття його органом, який має на те право, з урахуванням діючих правових актів, нормативних документів, вказівок і розпоряджень керівників
	Хміль Ф. І.	Управлінське рішення не повинно порушувати чинних правових норм і відповідати компетенції структурного підрозділу апарату управління чи посадової особи
Повнота оформлення	Райченко А. В.	Управлінські рішення мають бути короткими, чіткими, досить повним, що означає виконання їх без додаткових роз'яснень і уточнень
	Хміль Ф. І.	Необхідно, щоб формулювання рішення виключало непорозуміння або двоїстість у розумінні працівниками завдань, давало змогу контролювати його виконання, вносити корективи. Рішення слід формулювати чітко та лаконічно

Прийняття ефективних управлінських рішень нерозривно пов'язано також і з аналізом фінансового становища підприємства. Фінансовий стан – найважливіша характеристика економічної діяльності підприємства. Він відображає потенціал підприємства в ділового співробітництві, оцінює, якою мірою гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів за фінансовими й іншими відносинами.

Стійке фінансове становище формується в процесі всієї виробничо-господарської або комерційної діяльності підприємства. Однак партнерів та акціонерів підприємства цікавить не процес, а результат, тобто саме показники фінансового стану за звітний період, можна визначити на базі публічної офіційної звітності. Проте прийняття окремих управлінських фінансових рішень потребує оцінки фінансово-економічного потенціалу суб'єкта господарювання в цілому – підприємства як цілісної системи, що є відокремленим суб'єктом економічних відносин.



За результатами проведеного фінансового аналізу на ТОВ "Сумиоблавтотранс" можна впевнено стверджувати, що дане підприємство працює стабільно.

Результати проведеного аналізу дозволяють керівництву підприємства зробити такі основоположні рекомендації їх менеджменту та прийняття управлінських рішень:

- 1) значною частиною коштів знизити адміністративні витрати;
- 2) докласти максимум зусиль для пошуку вигідних джерел короткострокового фінансування;
- 3) економічним службам підприємства необхідно більш пильно слідкувати за затратами підприємства та отриманням дебіторської заборгованості повною мірою;
- 4) більш детально проаналізувати склад основних засобів підприємства з метою прийняття рішень про їх відновлення.

Таким чином, прийняття ефективного управлінського рішення є важливою складовою діяльності будь-якого підприємства. Оскільки рішення – це вибір альтернативи. Прийняття рішень є зв'язаним процесом, що необхідний для виконання будь-якої функції управління. Прийняття управлінських рішень означає ліквідацію проблеми і всіх варіантів її вирішення, крім одного прийнятого. Прийняття рішення є поштовхом до дії інших людей. Вирішення проблеми зобов'язує до дії (до прийняття рішення) спочатку керівника, а потім тих, хто займається збором і обробкою інформації.

Усі процедури процесу прийняття рішення носять інформаційний характер: керівник вступає в комунікацію з іншими особами для отримання інформації з проблеми, аналізує її, вибирає альтернативу, передає виконавцю прийняте рішення у вигляді інформації, отримує інформацію про реалізацію рішення.

Наук. керівн. Близнюк Т. П.

Література: 1. Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский. – М. : Гардарики, 2001. – 528 с. 2. Дафт Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт. – СПб. : Питер, 2001. – 832 с. 3. Гапоненко А. Л. Стратегическое управление : учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Омега – Л, 2004. – 472 с. 4. Пилипенко А. А. Менеджмент : підручник / А. А. Пилипенко, С. М. Пилипенко, І. П. Отенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 456 с. 5. Райченко А. В. Общий менеджмент : учебник / А. В. Райченко. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 384 с. 6. Хміль Ф. І. Менеджмент : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 607 с.

УДК 005.591.6:339.17

Литовченко Д. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто роль реінжинірингу як інструмента та методу покращення ефективності роботи торговельного підприємства в сучасних економічних умовах.

Аннотация. Рассмотрена роль реинжиниринга как инструмента и метода улучшения эффективности работы торгового предприятия в современных экономических условиях.

Annotation. The role of reengineering as a tool and method of improving the efficiency of commercial enterprise in the current economic conditions are considered.

Ключові слова: реінжиніринг, бізнес-процес, торговельне підприємство.

В Україні процес упровадження реінжинірингу бізнес-процесів досить повільний, а у сфері торгівлі тим паче. Рішення про застосування реінжинірингового інструментарію залежить від багатьох факторів: фінансових можливостей, масштабу діяльності, розміру підприємства тощо.

Дослідженню реінжинірингу бізнес-процесів торговельного підприємства присвячені праці: Борсук С. С. [1], Гібсон Л. Дж. [2], Дубров А. М. [3].

Метою статті є визначення залежності реінжинірингу бізнес-процесів від структури організації торговельного підприємства.

Для досягнення цієї мети необхідно виконати такі завдання: здійснити впровадження реінжинірингу бізнес-процесів, який би враховував структуру організації торговельного підприємства.

М. Хаммер та Дж. Чампі дають таке визначення: реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення й радикальне перепроєктування бізнес-процесів підприємства для досягнення стрибкоподібних покращень в основних актуальних показниках їх діяльності [2].

© Литовченко Д. А., 2010



Бізнес-процес – це комплекс внутрішніх кроків діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту [3]. Основною метою реінжинірингу бізнес-процесів є якісне покращення окремих напрямків діяльності підприємства.

Виокремлення бізнес-процесів торговельного підприємства передбачає чітке визначення структури його організації та основних функцій. Структура торговельного підприємства відображає склад і взаємодію бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві та забезпечують збереження його властивостей за наявності зовнішніх і внутрішніх впливів [1]. Для впровадження реінжинірингового бізнес-процесу необхідно виконати оптимізацію технологічної структури, кадрової політики, провести маркетингове дослідження, визначити функції проведення торгівлі. Це включає такі етапи:

1. Покращення торговельно-технологічної структури: різке зниження витрат часу на виконання виробничих функцій; автоматизацію трудових процесів; прискорене просування нових технологій; модернізацію матеріально-технічної бази; відповідне оснащення складського господарства; вигідне місце розташування підприємства; ефективне використання площ.

2. Покращення кадрової політики: ефективна організація праці робітників; підвищення мобільності персоналу; створення творчої атмосфери роботи; оптимізація штатного розпису тощо.

3. Визначення основних функцій торговельного підприємства: надання послуг виробником щодо збуту їхніх товарів з мінімумом контактів зі споживачами; зниження транспортних і складських витрат; прийняття на себе ризику, пов'язаного з розкраданням, псуванням і старінням запасів; надання маркетингової, кадрової і технічної підтримки виробникам.

4. Проведення системи маркетингу: кардинальне збільшення результативності маркетингової політики; підвищення іміджу підприємства; ефективна товарна політика; простота входження у світовий бізнес-простір для організації зовнішньоекономічного співробітництва.

Розробка оптимального проведення реінжинірингу бізнес-процесів торговельних підприємств – складне завдання, яке потребує комплексного підходу з урахуванням фінансових, майнових, кадрових можливостей компанії тощо для вирішення тих завдань, які вважаються найбільш важливими з точки зору проведення реінжинірингу.

Тому пропонуються чотири варіанти впровадження реінжинірингу бізнес-процесів:

1. Діагностика бізнес-процесів і визначення проблем.

2. Діагностика й оптимізація бізнес-процесів.

3. Оптимізація бізнес-процесів з упровадженням інформаційних технологій.

4. Кардинальне перепроєктування бізнес-процесів з упровадженням інформаційних технологій [1].

Отже, усі структурні елементи торговельного підприємства взаємопов'язані в єдину організаційну структуру, яка спрямована на досягнення та збереження на максимальному рівні ефективного виконання всіх його завдань і цілей. Метою реінжинірингу бізнес-процесів є найбільш повне врахування завдань, функцій і структурних особливостей торговельних підприємств. Виходячи з цього були визначені основні напрямки оптимізації торговельної діяльності в організації управління, кадрової політиці, технологічному процесі, встановлена система маркетингу.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Борсук С. С. Підприємства торгівлі як основна організаційно-господарська ланка : навч. посібн. / С. С. Борсук. – К. : КТЕІ, 2006. – 36 с. 2. Гибсон Л. Дж. Организации: поведение, структура, процессы / Л. Дж. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Дж. Х.-мл. Доннелли : [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 662 с. 3. Дубров А. М. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе / А. М. Дубров, Б. А. Лагоша, Е. Ю. Хрусталева. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 125 с.

Сінельченко М. В.

УДК 005.21

Студент 3 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВИЗНАЧЕННЯ УМОВ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто умови формування й упровадження ефективної стратегії підприємства, подано рекомендації щодо її формування.

Аннотация. Рассмотрены условия формирования и внедрения эффективной стратегии предприятия, даны рекомендации относительно её формирования.

© Сінельченко М. В., 2010

Annotation. The conditions of formation and implementation of effective business strategy are describes; the recommendations about it's formation are given.

Ключові слова: стратегія, формування стратегії, ефективність, умови формування стратегії.

Підприємства вкладають достатньо великі кошти в розробку стратегічних напрямків розвитку. Сьогодні дослідженням даних проблем приділяється велика увага. Організаціям необхідні стратегії для знаходження шляху досягнення цілей і виконання місії. Процес розробки стратегії завжди пов'язаний з відповіддю на питання щодо необхідних методів, щоб: досягти цілей, позбутися конкурентів, досягти переваг у конкурентній боротьбі, посилити довгострокові позиції підприємства, зробити стратегічне управління реальністю.

Метою статті є розробка практичних аспектів формування стратегії підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно дати рекомендації щодо формування ефективної стратегії підприємства.

Об'єктом дослідження виступає стратегія підприємства, а предметом – умови формування ефективної стратегії.

Вчені, котрі досліджували дане питання: Ю. Каракай, Р. Космамбетова, Мескон М. Х. та Ф. Хедоури [1 – 3].

Формування стратегії підприємства виступає необхідним етапом організації його діяльності, що вимагає швидкої та ефективної розробки, а потім своєчасності змін відповідно змін середовища. Стратегія життєво необхідна для забезпечення конкурентоспроможності та гарантії успіху підприємства. Складна економічна ситуація в Україні підвищила значення формування ефективної стратегії і привернула ще більшу увагу до організації цього процесу. Саме тому важливо дотримуватися такої умови формування ефективної стратегії – адаптивність до змін у навколишньому середовищі.

Результатом розробки стратегії мають бути чітко сформульовані положення про цільові сегменти, цілі та завдання діяльності, конкурентні стратегії, стратегії зростання та методи досягнення. В процесі формування необхідно детально дослідити ці положення для того, щоб запобігти впливу негативних чинників, не допустити помилок. Також важливою складовою формування виступає інформаційна база, яка повинна включати в себе тільки достовірну та актуальну на сьогоднішній день інформацію.

На підприємстві повинні бути присутніми знання та компетенції, які необхідні для формування ефективної стратегії. Менеджери повинні добре знати інструментарій з розробки, сучасні концепції та мати в цій справі достатній досвід. Через це не варто назначати головним відповідальним менеджера, якого тільки найняли, але й зовсім позбавляти його цієї участі теж неправильно. Оптимальним варіантом є делегування певних повноважень в окремому питанні, а також обов'язкові координатори та координація його роботи. Все це забезпечує поступове набуття навиків і вмій, передачу досвіду.

Стратегія на етапі розробки та, особливо, в реалізації значною мірою залежить від того, настільки вона підтримується всіма менеджерами. У тому числі, менеджерами нижчої ланки, які є відповідальними за операційну роботу, тому необхідно їх також залучати до формування стратегії. Це пояснюється тим, що коли формують одні, а реалізують інші, то гарантія того, що стратегія буде ефективною зовсім мала. Менеджери повинні організовувати командні роботи, забезпечувати широкі комунікації, застосовувати правила жорсткої дисципліни. Все це необхідно та можливо здійснити силами команди [1].

У процесі формування необхідна формалізація, за допомогою якої устанавлюються чіткі правила, які регламентують дії розробників, роблять можливим координацію та контроль за їх діями. В той же час не можна допускати надмір формалізації, тому що вона в такому разі може нашкодити тим, що підприємство може страждати від великого обсягу документації [2].

Підприємство може звернутися за допомогою до консалтингу. В такому разі виникає потреба в саме якісному консалтингу з вибором на ринку кваліфікованих фахівців згідно з критеріями, які задовольняють підприємство.

Формування стратегії необхідно розглядати як проект, що має певні часові рамки, тому потрібно фіксувати терміни її розробки. Роблячи таке обмеження, не втрачається актуальність нової стратегії, що підсилює значною мірою її ефективність.

Під час планування не варто застосовувати тільки підхід "зверху – вниз", або тільки підхід "знизу – вгору". Сьогодні найбільш ефективною є комбінація цих двох варіантів. Це дозволяє врахувати всі пропозиції та ідеї "знизу" та оцінити їх "зверху" відібравши найдоцільніші та найважливіші, що допомагає більш точно та детально конкретизувати стратегію, підвищити її ефективність [3]. Але мало спланувати тільки за допомогою цифр, необхідно також вказати, у який спосіб можна досягти планових показників діяльності підприємства. Варто розраховувати на їх поправки колегами або вищим керівним органом, обов'язково проводити наради, на яких усе буде затверджуватися.

Таким чином, формування стратегії необхідно здійснювати, дотримуючись розглянутих нами умов її формування, що забезпечує комплексний погляд на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, полегшує ухвалення стратегічних рішень, сприяє комунікації, можливості розвитку виробничих потужностей. Основними умовами ефективного формування стратегії є постійна увага на цей процес з боку вищого керівництва, обґрунтування необхідності планування, залучення до роз-



робки й реалізації стратегії широкого кола працівників. Реальність і ефективність стратегії підприємства можливі тільки за умови того, що стратегічні цілі є чіткими, вимірюваними, досяжними, визначеними в часі, комплексними, підтвердженими необхідними ресурсами. Крім того, важливим чинником, що визначає ефективність стратегії, є працівники, а саме, якою мірою вони кваліфіковані та використовують свій потенціал.

Наук. керівн. Мазоренко О. В.

Література: 1. Каракай Ю. Формування стратегії розвитку інноваційних ринків / Ю. Каракай // Схід. – 2008. – № 2 (86). – С. 3–13. 2. Космамбетова Р. Стратегія стійкого соціально-економічного розвитку й механізми її реалізації / Р. Космамбетова // Персонал. – 2005. – № 10. – С. 72–81. 3. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 2002. – 592 с.

Коверга А. В.

УДК 005.95

студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Анотація. Визначено найголовніші функції в управлінні персоналом малого підприємства, а також чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на нього; чинники сучасної кадрової політики.

Аннотация. Означены наиболее важные функции в управлении персоналом малого предприятия, а также аспекты внешней и внутренней среды, которые на него влияют; аспекты современной кадровой политики.

Annotation. The most important functions of human resource management at the small-scale enterprise and aspects of the external and internal environment are considered, also aspects of modern regular politics.

Ключові слова: управління персоналом, малий бізнес, сучасні умови.

У сфері малого бізнесу особлива актуальність управлінських аспектів обумовлюється тим, що на підприємстві такої форми не завжди можливо застосувати розгорнуті системи управління, розроблені на великих корпораціях з їх величезними фінансовими потоками, людськими резервами і запасом міцності за всіма параметрами, доводиться їх підлаштовувати, десь скорочувати і змінювати для адекватного впливу на невеликий колектив, де немає ієрархії підпорядкування, дивують своїми масштабами виробничого процесу, великої кількості підрозділів і бюджету для досягнення кінцевої мети.

Успішна реалізація цілей будь-якого підприємства безпосередньо пов'язана з оптимальним використанням людських ресурсів, тобто персоналу (працівників). Персонал підприємства – це його особистий склад, що працює за наймом, що володіє якісними характеристиками і має трудові відносини з роботодавцем. Управління персоналом – комплексний, цілеспрямований вплив на колектив і окремих працівників у напрямку забезпечення оптимальних умов для ініціативної і творчої праці, для досягнення цілей підприємства.

Керівники малих підприємств самі вирішують, які функції необхідні для успішної діяльності їх підприємства. Основними такими першочерговими функціями є:

- формування складу персоналу (підбір, відбір і наймання персоналу, адаптація персоналу, звільнення);
- навчання і розвиток працівників;
- оцінка результатів роботи персоналу та винагорода "за працю";
- діловодство в управлінні персоналом [1; 2].

При їх формуванні також необхідно враховувати безліч чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на мале підприємство:

© Коверга А. В., 2010



1. Зовнішнє середовище й інфраструктура, у якій діє підприємство.
2. Технологія робіт.
3. Особливості командної роботи персоналу й організаційної культури.
4. Прототипи і ті, що вже існують, показали себе ефективними системи управління персоналом аналогічних малих підприємств [3].

Таким чином, правильно оцінивши ситуацію, прийнявши всі необхідні заходи, керівництво повинне забезпечити гнучкість і адаптивність персоналу.

Сучасний стан економіки вимагає в управлінні персоналу ураховувати такі чинники, як:

- гнучкість, чутливість та адаптивність до змін ринкової кон'юнктури;
- обмеженість частини ринку;
- оперативне відображення змін споживчого попиту;
- значне полегшення територіального і галузевого переливу робочої сили і капіталу;
- невеликі витрати на управління діяльністю;
- обмеженість фінансових ресурсів і нестабільності доходів;
- невисока потреба в капіталі;
- оперативне провадження змін у виробництві згідно з потребами ринку;
- оперативність у прийнятті і виконанні ухвалених рішень [4; 5].

Усяка організація функціонує як цілісний організм або система. Будь-яка система не може існувати відособлено від інших подібних нею систем, але разом з цим їй не можна залишитися без внутрішнього управління. В разі втрати внутрішнього управління всі налагоджені взаємозв'язки і процеси розірвуться або зіпсуються та система перестане існувати. Тому необхідно приділяти особливу увагу такому розділу менеджменту, як робота з персоналом.

Таким чином, ключовою складовою бізнесу є управління кадрами, технологія управління персоналом. Враховуючи сучасне становище, основу змісту кадрових служб складає:

- формування кадрів організації (планування, відбір і наймання, вивільнення, аналіз плінності і т. д.);
- розвиток працівників (перепідготовка, атестація й оцінка персоналу, організація просування у службовій діяльності);
- удосконалення організації праці і його стимулювання, створення безпечних умов праці.

Наук. керівн. Шапошнікова Т. С.

Література: 1. Менеджмент малого бизнеса : учебник / под ред. проф. М. М. Максимцова, проф. В. Я. Горфинкеля. – М. : Вузовский учебник, 2004. – 453 с. 2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М. : Прогресс, 1997. – 452 с. 3. Управление персоналом / под ред. Базорова Т. Ю., Би Л. Еремина. – М. : ЮНИТИ, 1998. 4. Коханов Е. Р. Отбор персонала и введение в должность / Коханов Е. Р. – М. : Экономика, 2001. – 473 с. 5. Ю. Д. Красовский Управление поведением на фирме. Практическое пособие / Ю. Д. Красовский. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 572 с.

УДК 658.81

Гахова В. С.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЗАХОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Анотація. Розглянуто основні напрямки з оптимізації збутової діяльності, реалізація яких дозволить підприємству не лише зберегти свої позиції на ринку в період кризи, але й покращити їх.

Аннотация. Рассмотрены основные направления по оптимизации сбытовой деятельности, реализация которых позволит предприятию не только сохранить свои позиции на рынке в период кризиса, но и улучшить их.

© Гахова В. С., 2010



Annotation. The major opportunities to improve sales activities which will enable the company to not only support its market position during the crisis, but also to improve it are studied.

Ключові слова: криза, збутова діяльність, підприємство, споживачі.

Оптимізація збутової діяльності підприємства в кризових умовах, на погляд автора, є дуже актуальною темою, адже сьогодні підприємства переживають важкі часи і їм необхідно розуміти, які заходи впроваджувати аби залишитися на ринку.

Проблеми управління збутовою діяльністю в період кризи розглядали такі вчені, як В. Черні, А. Левітас, М. Рибаків [1 – 3]. Але рекомендації вказаних дослідників стосувалися лише окремих аспектів: організації збутової діяльності споживачів, торговельного персоналу чи реклами, чого, на погляд автора статті, недостатньо для оптимізації збутової діяльності підприємства. Тому мета даної статті полягає у висвітленні напрямків поліпшення збутової діяльності і систематизації рекомендації стосовно всіх аспектів збутової діяльності підприємства.

Під економічною кризою розуміють порушення рівноваги між попитом і пропозицією на товари та послуги, що може викликати "перевиробництво", банкрутство підприємств, масове безробіття і зниження життєвого рівня населення. Відповідно, економічна криза для вітчизняних підприємств сьогодні супроводжується кардинальними змінами в ринковому середовищі і в поведінці споживачів. Це говорить про те, що зміни можуть бути не тільки негативними, але й позитивними за умови оперативних дій керівництва вітчизняних підприємств у галузі управління збутовою діяльністю [4].

Коли конкуренти не роблять значних кроків для поліпшення своєї позиції на ринку, з'являється гарна можливість з меншими зусиллями розширити свій вплив на ринку. Для цього необхідно розуміти, у якому напрямку діяти, що потрібно робити і чого уникати. Нижче приведені рекомендації, які дозволять підприємству стабільно функціонувати у період кризи (таблиця).

Таблиця

Рекомендації для поліпшення збутової діяльності підприємства

Напрямок впливу	Заходи
Споживачі	<ul style="list-style-type: none">• знижки з ціни;• купони;• безкоштовні зразки;• премії;• безкоштовні додаткові послуги
Реклама	<ul style="list-style-type: none">• використання мережі Інтернет як економічного засобу реклами;• зниження витрат на неефективні рекламні акції
Товарна політика	<ul style="list-style-type: none">• випуск економ-упаковок, "лайт-версій";• поширення безлімітних абонементів, абонементів зі знижкою
Цінова політика	<ul style="list-style-type: none">• розширення асортименту у бік економ-класу;• зниження ціни за рахунок сплати частини витрат споживачами
Канали збуту	<ul style="list-style-type: none">• укладання контактів з посередниками на взаємовигідних умовах;• налагодження взаємовідносин зі споживачами
Торговельний персонал	<ul style="list-style-type: none">• адаптація системи оплати праці залежно від досягнутих результатів;• організація систем мотивації;• підвищення кваліфікації;• ознайомлення персоналу з цілями і завданнями підприємства
Зниження витрат	Упровадження концепції бережливого виробництва, яка включає: <ul style="list-style-type: none">• раціональне використання всіх ресурсів;• гнучкість і постійне прагнення до досконалості;• мінімізація втрат шляхом усунення всіх видів діяльності, які не приносять додаткової вартості
Дії керівника підприємства	<ul style="list-style-type: none">• посилення правової бази бізнесу;• оптимізація процесу продажу;• відмова від невдалої продукції і збиткових потужностей;• пошук додаткових джерел доходу;• контроль над виконанням усіх функцій на підприємстві

У період кризи усі заходи спрямовані на зниження витрат, заохочення споживачів, посередників і торговельний персонал, а також на пошук нових можливостей використання ресурсів підприємства і виход на нові ринки збуту. Адаптація збутової діяльності в умовах, що склалися, дозволить підприємствам зберегти свої позиції на ринку. Більш того, кризові прояви в зовнішньому середовищі дають можливість знайти нові способи реалізації продукції, виявити нових споживачів і розробити систему антикризових заходів зі збуту продукції, яка дозволить у майбутньому більш оперативно реагувати на подібні зміни. Криза – час досить жорсткий, проте зростає і розвивається підприємство саме

в таких ситуаціях. Отже, варто використовувати його по максимуму, щоб у результаті вийти на якісно новий рівень навіть не всупереч, а завдяки йому [5].

Існуючі проблеми в управлінні збутової діяльності на підприємстві в умовах кризи ще не достатньо досліджені вченими, тому наукова діяльність у цьому напрямку буде продовжуватись.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Черни В. Как мотивировать персонал в условиях кризиса // Сайт "Корпоративный менеджмент". – Режим доступа : www.cfip.ru/management. 2. Левитас А. Маркетинг в трудные времена, или 7 способов избежать спада продаж А. Левитас // Маркетинг PRO. – 2008. – № 11(49). 3. Рыбаков М. Что нужно, чтобы успешно продавать в кризис // Сайт "Энциклопедия маркетинга". – Режим доступа : http://www.marketing-spb.ru/lib-mm/sales/crisis_sales.htm. 4. Мартянова М. П. Влияние экономического кризиса на управление сбытом продукции / М. П. Мартянова, Е. Д. Павлюченко // Web-Ресурс научно-практических конференций "Constanta". – Режим доступа : http://www.confcontact.com/2009reform/4_martian.htm. 5. Скачко В. Как избежать кризиса / В. Скачко // Сайт журнала "Бизнес энтропия". – Режим доступа : <http://bizentropy.biz/articles/11-vladimir-skachko-izbezhat-krizisa-nevozmozhno.html>.

УДК [005.591.6:336.713](477)

Котляр Д. О.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОЕКТ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто поняття реінжинірингу бізнес-процесів, обґрунтовано покрокову методологію здійснення реінжинірингу бізнес-процесів комерційного банку.

Аннотация. Рассмотрено понятие реинжиниринга бизнес-процессов, обоснована пошаговая методология осуществления реинжиниринга бизнес-процессов коммерческого банка.

Annotation. The concept of reengineering business processes is discusses, incremental methodology of realization of reengineering business processes of commercial bank is grounded.

Ключові слова: бізнес-процеси, реінжиніринг, процесна структура управління банком.

Термін "реінжиніринг" з'явився на початку 1990-х рр. Його виникнення зазвичай пов'язують з ім'ям Майкла Хаммера, консультанта з Бостона, оскільки він описав цю концепцію в 1990-му р. у "Гарвард бізнес ревью" у статті, яка називалася "Реінжиніринг традиційних методів роботи: не автоматизуйте їх, а відкидайте". У 1992 р. Хаммер в співавторстві з Джеймсом Чампі випустив книгу "Реінжиніринг корпорації", у якій популярно виклав дану концепцію.

М. Хаммер і Дж. Чампі чітко тлумачать реінжиніринг бізнес-процесів: "Реінжиніринг є фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів із метою досягнення істотних поліпшень у таких ключових для сучасного бізнесу показниках результативності, як витрати, якість, рівень обслуговування й оперативність" [1, с. 83].

Сучасний менеджмент не може мати іншої основи, ніж пошук і активне використання нових форм, методів, прийомів, сфер бізнесу, оскільки колишні підходи себе вже не виправдовують. У сучасних умовах ринкової економіки найефективнішою інновацією в управлінській діяльності, тобто в менеджменті, виступає реінжиніринг. Зараз реінжиніринг уже широко використовується в багатьох галузях промисловості великих міст.

Максимізація вартості бізнесу – найважливіша мета управління комерційними банками. При цьому необхідно мати на увазі, що власника банку цікавить не вартість сама по собі, а живі гроші, в які необхідно перетворити вартість, створену в результаті діяльності комерційного банку.

При реінжинірингу можемо застосувати три способи перетворення створеної вартості в "живі гроші":

- 1) отримання дивідендів з вільного грошового потоку банку;
- 2) продаж усього або частини бізнесу сторонньому інвесторові;
- 3) продаж пакета акцій комерційного банку на фондовій біржі.

Перехід на процесну структуру управління, при якій організаційна структура банку складається із сукупності бізнес-процесів і підпроцесів, "виробляють" чітко певні "внутрішні продукти" для



конкретних внутрішніх і зовнішніх споживачів, супроводжуваний оптимізацією (реінжинірингом) ключових бізнес-процесів комерційного банку, є найважливішою складовою якісного підвищення ефективності управління банком.

У процесній системі управління банком співробітникам ставляться цілі та завдання, установлюється система матеріальної компенсації, яка робить економічно вигідним для співробітників досягнення поставлених цілей і завдань; система обмежень, за які людина не має права виходити у процесі досягнення цілей; а також система контролю і "реагування на позаштатні ситуації", яка дозволить менеджменту або спеціальним "групам швидкого реагування" максимально оперативно втрутитися і запобігти, або швидко вирішити позаштатну ситуацію з мінімальними фінансовими втратами для банку.

Проаналізувавши існуючий стан бізнес-процесів банків України, можна визначити стратегічний корпоративний реінжиніринг для банку, що повинен складатися з таких етапів:

1. Визначення стратегічних цілей власників комерційного банку і місії банку.
2. Побудова вартісної моделі комерційного банку.
3. Розробка стратегічного вартісного (тобто заснованого на вартісній моделі) бізнес-плану розвитку комерційного банку.
4. Оптимізація системи управління продуктами банку.
5. Оптимізація системи управління брендами банку.
6. Оптимізація системи управління портфелем клієнтів банку.
7. Оптимізація бізнес-процесів комерційного банку.
8. Електронна реалізація процесно-вартісної системи управління банком.
9. Визначення стратегічних цілей власників комерційного банку і місії банку.
10. Визначення бажаного обсягу створеної вартості (в мільйонах доларів).
11. Визначення оптимальних строків створення бажаного обсягу вартості (які повинні бути жорсткими, але реалістичними).
12. Визначення оптимального способу реалізації створеної вартості (тобто її перетворення на "живі гроші") – одержання дивідендів, продаж банку більш великому гравцеві на ринку, розміщення акцій банку на фондовій біржі або комбінований спосіб.

Стало очевидно, що даний метод необхідно і потрібно застосовувати не тільки при настанні кризової ситуації і, зокрема, кризи неплатоспроможності підприємства, але і при кризі успіху (закінчення періоду розквіту), кризі стратегії.

На основі всього вищевикладеного можна зробити висновок: незважаючи на те, що реінжиніринг бізнес-процесів є відносно новим, але все-таки його застосування дозволяє найефективніше проводити управління підприємством, виводити його на новий рівень і запобігати можливості появи кризових ситуацій.

Наук. керівн. Мазоренко О. В.

Література: 1. Виноградова О. В. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті : монографія / О. В. Виноградова; Донець. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 195 с. 2. Лепейко Т. І. Реінжиніринг бізнес-процесів [Текст] : навч.-практ. посібн. у схемах і табл. / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик ; Харк. нац. екон. ун-т. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 80 с. 3. Николаенко Н. П. Реінжиніринг во имя клиента / Н. П. Николаенко. – М. : Страховое ревю, 2003. – 179 с. 4. Робсон Майк. Реінжиніринг бизнес-процессов : практ. рук. [для студентов экон. спец., рук. орг. и менеджеров] / Майк Робсон, Филлип Уллах ; пер. с англ. // под ред. Н. Д. Эрншвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 222 с.

Петрова Ю. С.

УДК 005.591.6

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПРИ ПРОВЕДЕННІ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Анотація. Розглянуто основні помилки, що допускаються при проведенні реінжинірингу бізнес-процесів. Наведено рекомендації, які дозволять уникнути цих помилок і підвищити ефективність проведення заходів з поліпшення.

Анотация. Рассмотрены основные ошибки, допускаемые предприятием при проведении реинжиниринга бизнес-процессов. Приведены рекомендации, которые позволят избежать ошибок и повысить эффективность проведения мероприятий по улучшению.

© Петрова Ю. С., 2010

Annotation. The basic errors, which are allowed now about the conduct of business process reengineering are studied. The recommendations that will avoid errors and improve the effectiveness of interventions to improve are given.

Ключові слова: бізнес-процес, реінжиніринг, помилки.

Реінжиніринг бізнес-процесів – один з найрадикальніших способів покращення стану підприємства в цілому, що є актуальним в умовах конкурентного середовища, яке постійно змінюється. Його сутність полягає в принциповому переосмисленні і радикальній перебудові бізнес-процесів, спрямованих на досягнення кардинальних покращень критичних показників ефективності для задоволення потреб клієнтів [1]. Але велика кількість підприємств, що здійснюють реінжиніринг бізнес-процесів, не досягають у ньому успіху. За оцінками Хаммера і Чампі, від 50 до 70 % фірм не досягають тих результатів, на які вони розраховували [1]. Причина такої ситуації полягає в помилках, які робить підприємство при проведенні заходів. Вивчення можливих помилок дозволить уникнути їх і таким чином істотно підвищити ефективність проведення реінжинірингу.

Цією проблемою займалися М. Хаммер, Барінов В. А., Маслова І. В., Товстих Л. Є. [1 – 4]. Але автори виділяли різні помилки. Тому мета даної статті полягає в систематизації існуючих за цією темою знань і розробці рекомендацій щодо уникнення помилок.

Виділяють такі помилки при проведенні реінжинірингу:

1. Відсутність чіткого опису комплексів бізнес-показників, методології планування, аналізу та контролю результатів [4].

2. Спроба зафіксувати існуючий процес [1 – 3]. Компанія намагається поліпшити існуючий процес замість того, щоб перепроектувати його.

3. Увага не фокусується на бізнес-процесах. Одна з причин невдач полягає в неправильно поставленому завданні. Хаммер відзначає, що такі цілі, як розширення повноважень, підвищення ефективності роботи у групі, поліпшення обслуговування клієнтів, є абстрактними поняттями, при цьому не існує якогось чіткого шляху їх досягнення [1].

4. Несистемний підхід до оновлення [1 – 3]. Ігнорується все, крім перепроектування процесу.

5. Не беруться до уваги цінності й переконання людей [1; 3]. Для того щоб персонал успішно виконував перепроектування процесів, він повинен мати спонукальні причини, причому недостатньо просто визначити новий процес, а необхідно, щоб менеджери сформували і провели в життя нові системи цінностей і переконання.

6. Передчасне завершення реінжинірингу [1]. Часто керівники зупиняються, отримавши незначні результати, коли проведено лише невелике поліпшення процесу. Це ускладнює існуючий процес, а в разі, якщо такі поліпшення нашаровуються один на одного, роблять його малозрозумілим, що ускладнює роботу.

7. Жорсткі обмеження при постановці завдання [1; 2]. Проведення реінжинірингу стає неможливим, якщо керівництво ще до початку самого процесу жорстко обмежує коло розв'язуваних проблем або масштаб заходу.

8. Нераціональний розподіл завдань [3]. Підприємства намагаються здійснити реінжиніринг не зверху вниз, а знизу вгору. Виділяють дві причини, за якими працівники нижчої ланки та керівники середньої ланки не можуть ініціювати і реалізувати реінжиніринг. Перша причина полягає в тому, що менеджери цих рівнів не володіють тією широтою поглядів на діяльність компанії, яка необхідна для реінжинірингу. Друга причина полягає в тому, що бізнес-процеси неминуче перетинають організаційні кордони, тобто кордони підрозділів, тому менеджери нижнього та середнього рівня не мають достатнього авторитету для того, щоб наполягати на трансформації процесів.

9. Недостатнє ресурсне забезпечення [2]. Підприємство не зможе домогтися успіху, якщо не буде вкладати достатню кількість ресурсів у процес реінжинірингу.

10. Спроба провести реінжиніринг так, щоб нікого не образити [1 – 3]. Бажання догодити всім призведе до того, що реінжиніринг зведеться до незначних змін або його реалізація буде відкладена на потім.

11. Неправильний вибір початку мотивації [2 – 3]. Як відзначають автори, шанси на успішний реінжиніринг помітно знижуються, якщо відомо, що виконавчий директор компанії через рік або два йде у відставку. Причина не в тому, що він не буде піклуватися про майбутнє компанії або стане недостатньо старанний, а в тому, що реінжиніринг призведе до змін у структурі компанії, її керуючих системах, та виконавчий директор може не захотіти взяти на себе зобов'язання, які будуть обмежувати його наступника. Крім того, претенденти на його посаду можуть почати більше піклуватися про особисті показники, а не про колективну роботу.

12. Вибір недостатньо кваліфікованих працівників [4].

Такий набір помилок виділяють автори, що займаються вивченням проблеми неефективної реалізації реінжинірингу. Дані помилки найбільш часто повторюються на різних підприємствах, які проводять реінжиніринг. Вони негативним чином впливають на процес покращення і на підприємство в цілому. Можна дати дві основні рекомендації підприємствам, які проводять реінжиніринг:

1. Вивчення. Як зазначалося вище, велика кількість помилок відбувається саме через те, що керівник і самі співробітники не до кінця розуміють процес реінжинірингу. Тому перед реалізацією реінжинірингу необхідно докладно розібратися із самою сутністю запланованого поліпшення, визначити його методологію, вивчити особливості. Також слід вивчити типові помилки для уникнення повторення подібних ситуацій у майбутньому.

2. Приділення належної уваги реінжинірингу. Якщо попередня рекомендація відноситься більше до підготовчого етапу, то ця – до процесу реалізації заходів. Реінжиніринг вимагає великих



витрат часу і сил. Для того щоб він пройшов успішно, йому необхідно виділити одне з головних місць серед усіх заходів, які проводяться на підприємстві паралельно з реінжинірингом. Також небажано проводити кілька проектів з реінжинірингу одночасно, це може призвести до того, що не один з них не закінчиться успіхом.

Таким чином, можливі помилки при проведенні реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві ще не достатньо досліджені вченими, тому наукова діяльність у цьому напрямку буде продовжуватись.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Хаммер М. Реінженіринг корпорації: Маніфест революції в бізнесі / М. Хаммер. – С-Пб. : С.-Петербур. гос. ун-т., 1997. – 327 с. 2. Барінов В. А. Реінжиніринг: сутність та методологія / В. А. Барінов // Сайт Інституту проблем підприємництва. – Режим доступу : <http://www.iprrou.ru>. 3. Маслова І. В. Проект з проведення реінжинірингу бізнес-процесів. Рекомендації для досягнення успіху / І. В. Маслова // Сайт "Реінжиніринг". – Режим доступу : <http://www.reengine.ru> 4. Товстих Л. С. Від бізнес-реінжинірингу до нової концепції реформування бізнесу / Л. С. Товстих // Сайт "Корпоративний менеджмент". – Режим доступу : <http://www.cfin.ru>.

Беседовська Т. Б.

УДК 338.3.01

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ

Анотація. Проаналізовано сутність управління виробництвом, розглянуто вплив кризи та зовнішнього середовища на виробництво. На прикладі вітчизняного підприємства виявлені проблемні ситуації виробництва та запропоновано заходи щодо їх вирішення.

Аннотация. Проанализирована сущность управления производством, рассмотрено влияние кризиса и внешней среды на производство. На примере отечественного предприятия выявлены проблемные ситуации производства и предложены мероприятия по их решению.

Annotation. The nature of production management, the influence of the crisis and the external environment on the production are analyzed, by the example of domestic enterprises problematic situation of production is identified, and measures for addressing them are suggested.

Ключові слова: виробництво, управління виробництвом, криза, SWOT-аналіз.

У наш час постійного розвитку єдиним незмінним пріоритетним напрямком діяльності підприємства та людини стає виробництво. Зміни в зовнішньому середовищі, поява нових технологій і пріоритетів зумовлюють необхідність постійного розвитку, удосконалення всіх процесів на виробництві, тому необхідно управляти виробничою діяльністю. Безумовно, наш час – це час кризи, яка вплинула на все, тож подальший розвиток національного виробництва потребує нових підходів в управлінні підприємством, та врахування кризового становища [1].

Найбільш точно та повне визначення поняття "виробництво" дають у своїй роботі Онищенко В. О. та Редкін О. В. [2], під виробничою діяльністю вони розуміють сукупність цілеспрямованих процесів, що здійснюються людьми за допомогою засобів праці чи природних процесів, у результаті яких предмети праці перетворюються в готову продукцію, змінюючи свій склад, стан, форму й отримуючи певні нові властивості.

Управління виробництвом – це регулювання процесу виробництва в цілях підвищення його ефективності, зростання продуктивності праці, поліпшення якості продукції. Управління виробництвом – одна з спеціальних функцій управління, яка полягає у плануванні, організації, мотивації та контролі виробничої діяльності підприємства.

У зв'язку з тим, що ми живемо в динамічному середовищі, підприємству, для ефективної внутрішньої діяльності, необхідно слідкувати за особливостями зовнішнього середовища. Підприємству потрібно постійно проводити моніторинг зовнішнього середовища за допомогою PEST-аналізу, SWOT-аналізу та оперативно реагувати на зміни в ньому.

Управління виробничою діяльністю – необхідний бізнес-процес для вітчизняних підприємств. Розглянемо це на прикладі великого харківського підприємства ДНВП "Об'єднання "Комунар". У зв'язку

© Беседовська Т. Б., 2010



з тим, що підприємство виробляє велику кількість різних за функціями товарів, виникає багато проблемних ситуацій. Розглянути усі проблеми на підприємстві такого розміру не можливо, тому проаналізуємо виробництво приладів обліку води.

За допомогою аналізу впливу зовнішнього середовища, а саме SWOT-аналізу, який дав змогу виявити проблемну ситуацію на виробництві приладів обліку води, для її вирішення була побудована карта проблеми. Карта проблеми дозволила виділити 3 найсильніші проблеми, з якими потрібно боротися перш за все: погано організоване управління виробництвом, висока собівартість продукції та труднощі в реалізації продукції споживачам.

Щоб ДНВП "Об'єднання "Комунар" мало змогу вирішити свої проблеми з лічильниками води, необхідно застосувати ряд засобів. Основні напрямки заходів, які необхідно застосувати на ДНВП "Об'єднання "Комунар" для поліпшення ситуації з приладами обліку води такі:

1. Зниження собівартості продукції. Більш раціональне використання послуг комунальних служб; зниження трудомісткості виробництва; упровадження багатомісних прес-форм, що дозволить знизити собівартість виробництва.

2. Поліпшення організації менеджменту. Підвищення кваліфікації працівників; поліпшення мотивації персоналу; налагодження зв'язків з постачальниками; підвищення оперативності виконання замовлень.

3. Збільшення прибутковості продукції (та поліпшення її якості). Закупівля комплектуючих монтажних частин (КМЧ) і реалізація їх спільно з водними лічильниками; згодом налагодження власного виробництва КМЧ; збільшення обсягів виробництва.

Усі надані вище заходи реалізуються спільно, але потрібно розуміти, у якому порядку їх упроваджувати і яка їх важливість для вирішення проблеми. Це можна дізнатися за допомогою матриці альтернатив за декількома критеріями. Вона виявила, що перш за все необхідно закуповувати КМЧ, збільшити обсяги виробництва та поліпшити мотивацію персоналу.

Таким чином, більш детально розрахувати заходи можливо за допомогою застосування економіко-математичної моделі та підрахунку економічної ефективності.

Наук. керівн. Лепейко Т. І.

Література: 1. Герасимчук Н. А. Організація виробництва : навч. посібн. / Н. А. Герасимчук, О. І. Кондратюк, О. І. Вікорчук. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 244 с. 2. Онищенко В. О. Організація виробництва : підручник / В. О. Онищенко, О. В. Редкін, А. С. Старовірець та ін. – К. : Лібра, 2008. – 360 с.

УДК 658:005.57

Форост О. В.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто об'єктивно важливу роль маркетингових комунікацій в управлінні підприємством, визначено основні інструменти маркетингових комунікацій проблеми, що їх порушують.

Аннотация. Рассмотрена объективно важная роль маркетинговых коммуникаций в управлении предприятием, определены основные инструменты маркетинговых коммуникаций и проблемы, которые они нарушают.

Annotation. The objective marketing important role in communications management are studied, the basic tools of marketing communications and issues that violate them are defined.

Ключові слова: маркетингові комунікації підприємства, управлінські функції, інформація.

Найбільш складним і важливим аспектом маркетингової діяльності є маркетингові комунікації. В будь-якому підприємстві потоки інформації, трудових ресурсів, енергії, матеріалів повинні координуватися за допомогою систем зв'язку або системи маркетингових комунікацій. Поза механізмом останньої неможливо створити загальну для всіх частин систему мови, розробити методичні положення обов'язків і відповідальності, чіткі інструкції, які полегшують інтеграцію прямих та зворотних зв'язків між підрозділами та підвищують ефективність роботи системи управління в цілому [1].

© Форост О. В., 2010



Кожне підприємство, яке функціонує в умовах ринку як відкрита система, має отримувати адекватну інформацію до і після прийняття рішень, тому воно потребує якісного інформаційного забезпечення й ефективних маркетингових комунікацій. При здійсненні основних управлінських функцій – планування, організації, мотивації, контролю, координації – маркетингова комунікація виступає як інтегруючий фактор: використовуючи потоки інформації, вона спрямовує інформацію від однієї ланки до іншої відповідно до цілей підприємства. Оскільки під інформаційним потоком розуміють цілеспрямований рух інформації, то важлива вимога, яку ставлять до нього, – це раціоналізація, яка виключає дублювання інформації, скорочує шляхи її проходження і забезпечує комунікації між рівнями управління підприємством, між підприємством та зовнішнім середовищем [2].

Важливою передумовою забезпечення стійкої роботи підприємства в умовах перехідного періоду виступає наявність своєчасної достовірної інформації, на яку впливають різноманітні фактори прямої (постачальники, конкуренти, споживачі, новітні технології) і непрямой дії (швидкість передачі) зовнішнього середовища. Зворотні зв'язки, які дають інформацію для розробки та прийняття управлінських рішень, забезпечують синтезування зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на неї та намагаються вивести систему з рівноваги. Завдяки коригуючим діям функції координації, за відхиленнями контрольних показників, підтримується динамічний процес управління підприємством. Координація прямих і зворотних зв'язків підприємства забезпечує такий їх розподіл, щоб вони не заважали один одному й запобігали порушенню процесу маркетингових комунікацій. У реальній практиці це означає всебічну обробку рішень, що приймаються, аналіз усіх можливих варіантів їх реалізації, координацію зусиль у різноманітних напрямках [3].

Проблеми надійної передачі повідомлення у процесі маркетингових комунікацій можна визначити за такими основними критеріями:

- комунікація неефективна, якщо працівник не володіє чіткою інформацією;
- якщо повідомлення закодоване символами не досить точно та ефективно;
- якщо в умовах шуму закодована інформація передається до одержувача недостатньо швидко і з перекрученнями;
- неправильний вибір каналу зв'язку;
- якщо після декодування інформації працівником вона не відповідає дійсній і в подальшому використовується неналежним чином.

Щоб своєчасно зорієнтуватись і виявити причини неефективних комунікацій, необхідно володіти знаннями про різноманітні види комунікацій і їх технологію [4].

Основними інструментами маркетингових комунікацій слугують реклама, персональні продажі, комплекс стимулювання збуту, пропаганда, "паблік рилейшнз", які є складовими частинами комплексу маркетингових комунікацій.

Таким чином, організація комплексу маркетингових комунікацій дозволить підприємству ефективно здійснювати управлінські функції, правильно використовувати інформацію, що надходить з внутрішнього та зовнішнього середовища [5].

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; [пер. с фр.]. – СПб. : Наука, 1996. – 326 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс. – К. : Вильямс, 1998. – 105 с. 3. Подкуйко Н. Д. Маркетинг: стратегія і практика / Н. Д. Подкуйко. – К., 2002. – 312 с. 4. Прауде В. Р. Маркетинг / В. Р. Прауде. – К. : Вища школа, 2004. – 256 с. 5. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг / Н. В. Куденко. – К. : Вид-во КНЕУ, 1998. – 189 с.

Шамаріна С. Ю.

УДК 005.915:005.334

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто поняття економічної безпеки підприємства, запропоновано рекомендації щодо її забезпечення.

Аннотация. Рассмотрено понятие экономической безопасности предприятия, предложено ре-комендации по ее обеспечению.

© Шамаріна С. Ю., 2010

Annotation. The concept of economic security is discussed, the recommendations for its implementation are offered.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, ринкове середовище, інформаційні центри.

Проблема забезпечення економічної безпеки підприємства з розвитком ринкових відносин набуває особливого значення й стає одним з вирішальних факторів його подальшого функціонування та розвитку з метою досягнення встановлених цілей [1].

Питання організації економічної безпеки підприємства знаходить своє відображення у роботах багатьох авторів, зокрема Куркіна М. В., Пономаренка В. С., Реверчука Н. Й. та ін.

Метою даної роботи є розробка рекомендацій щодо забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища в Україні.

Економічна безпека підприємства – це стан стабільного розвитку підприємства та можливість успішно продовжувати свою роботу за будь-яких умов господарювання. Виділяють такі види економічної безпеки підприємства: фінансову, кадрову, техніко-технологічну, екологічну, інформаційну, силову, політико-правову та ринкову [2].

У рамках кожної із складових економічної безпеки можна визначити деякі напрямки захисту підприємств.

Для забезпечення фінансової безпеки підприємствам слід створити інформаційні центри, які б сліdkували за фінансовими потоками підприємства, а саме вели контроль над вчасним нарахуванням та сплатою податків. Така служба має проводити аналіз діяльності організації, оцінювати її ефективність, розглядати можливі шляхи покращення фінансового становища підприємства.

Для забезпечення кадрової безпеки необхідно встановити рівень заробітної плати, який би відповідав рівню розвинутих держав світу, забезпечувати підтримку необхідного рівня кваліфікації працівників, розвивати соціальну інфраструктуру організації, залучати працівників до здійснення управлінських функцій, збільшити їх матеріальну відповідальність за результати своєї праці [3].

Для забезпечення техніко-технологічної безпеки доцільно впроваджувати нові технології у систему виробництва, розробляти програми для пошуку інвесторів, автоматизувати виробничий процес і проводити науково-технічні дослідження.

Для забезпечення екологічної безпеки необхідно сліdkувати за станом здоров'я співробітників, створити відповідні умови праці на робочих місцях, проводити оцінку впливу діяльності підприємства на зовнішнє середовище, розробити послідовність дій робітників при виникненні надзвичайних ситуацій різного роду, запровадити систему безвідходного виробництва та використовувати обладнання, яке не становить загрози для стану навколишнього середовища.

Для забезпечення інформаційної безпеки слід розробити програму захисту конфіденційної інформації, яка б дозволяла протікання комунікаційних процесів на підприємстві без можливості виходу їх назовні, а також забезпечити безперервне надходження інформації про становище на внутрішньому та зовнішньому ринках збуту.

Для забезпечення силової безпеки необхідно створити службу безпеки на підприємстві, яка б здійснювала фізичний захист персоналу, організувала пропускний режим, охороняла матеріальні цінності підприємства, захищала інформацію від несанкціонованого доступу, забезпечувала режим секретності документів і матеріалів.

Для забезпечення політико-правової безпеки доцільно встановити адекватні норми внутрішнього розпорядку, створити службу з охорони прав суб'єктів економічної діяльності у взаємодії між собою та державними органами, вести свою політику в рамках діючого законодавства.

Для забезпечення ринкової економічної безпеки слід проводити маркетингові дослідження, наймати спеціалістів для розробки моделі подальшої поведінки фірми, встановлювати надійний зв'язок з партнерами, а також підтримувати стосунки з міжнародними організаціями.

В управлінні організацією досі не існує єдиного універсального цілісного підходу до формування економічної безпеки на підприємстві як невід'ємної частини планування його діяльності, тому тема організації економічної безпеки підприємства все ще є недостатньо дослідженою і знайде своє відображення в майбутніх публікаціях.

Наук. керівн. Лепейко Т. І.

Література: 1. Пономаренко В. С. Концептуальні основи економічної безпеки: монографія / В. С. Пономаренко, С. В. Кавун. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 256 с. 2. Томас С. А. Обеспечение экономической безопасности предприятия // Сайт Донецкого национального технического университета. – Режим доступа : <http://www.masters.donntu.edu.ua/2002/ggeo/tomas/diss/lib/article8.htm>. 3. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посібн. для студентів вищих навчальних закладів / Л. І. Шваб. – 2-ге вид. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.



Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МОТИВАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто мотиви і чинники формування мотиваційної спрямованості персоналу на вітчизняних підприємствах в умовах розвитку сучасної економіки. Проаналізовано теорії та функції мотивації. Наведено рекомендації практичного застосування мотивації персоналу на підприємствах.

Аннотация. Рассмотрены мотивы и факторы формирования мотивационной направленности персонала на отечественных предприятиях в условиях развития современной экономики. Проанализированы теории и функции мотивации. Приведены рекомендации практического применения мотивации персонала на предприятиях.

Annotation. The motives and factors of the adaptation of personnel at the domestic enterprises in the development of modern economy are described. The theory and function of motivation is analyzed. The recommendations of practical application of motivation in the workplace are given.

Ключові слова: персонал, мотивація, культура підприємства, колектив, людський капітал, мотиваційна спрямованість.

Активна та вмотивована поведінка людини в економічному середовищі перетворюється в критичний ресурс підприємства і в основний об'єкт уваги менеджерів. Людьми в будь-якій організації поки що керують теж люди, що є частиною персоналу організації та одночасно виконують функції суб'єктів управління. Таким чином, усі співробітники організації – це одночасно і об'єкти, і суб'єкти функції мотивації.

Мотивація, як "процес спонукання себе та інших людей до діяльності для досягнення цілей" має велике значення в трудовому житті людей.

Проблема мотивації персоналу вже давно хвилює вчених і практиків, таких, як М. С. Доронін [1], А. М. Колот [2], А. Маслоу [3], К. Г. Наумік [4; 5], І. В. Сорока [6] та багато ін.

Мета статті – проаналізувати формування мотиваційної спрямованості персоналу на підприємстві.

В умовах розвитку глобалізації світових процесів і трансформацій суспільства, які сьогодні визначають економічну реальність, особливого значення набуває виділення системи факторів, які б визначали мотиваційну спрямованість персоналу вітчизняних підприємств.

Таким чином, диверсифікація регіональних інтересів, внутрішні територіальні відмінності в рівнях соціально-економічного розвитку, якість життя населення, зайнятість, умови підприємництва тією чи іншою мірою притаманні більшості країн світу. Вони визначаються внутрішньою соціально-економічною політикою, обумовленою політичним строем, культурно-етнічним середовищем та іншими зовнішніми чинниками [4].

Зовнішні і внутрішні фактори формуються на двох рівнях, залежно від яких можна виділити загальні і локальні фактори.

Загальні внутрішні фактори мотивації визначаються основними характеристиками організаційної системи підприємства, які зумовлюють його соціально-економічну стратегію і тактику. Локальні внутрішні фактори особливі для кожного конкретного колективу і створюються протягом тривалого часу, ґрунтуючись на існуючих традиціях і звичаях [5]. Вплив особистих інтересів, мотивів на трудову мотивацію колективу визначає необхідність виділення окремої групи факторів трудової мотивації – індивідуальних факторів. Вони складаються з переліку основних соціально-психологічних характеристик людини.

Інтегруючий фактор мотиваційної спрямованості персоналу – це культура. Немає перебільшення у твердженні, що економіка стає на шлях прогресу лише за умови досягнення певного рівня культури [1, с. 7]. Тому введення категорії "культура" в систему факторів і умов формування мотиваційної спрямованості дає можливість відобразити існування та вплив такого явища, як розвиток факторів і умов формування мотиваційної спрямованості.

Без сумніву, регуляторами людської поведінки в будь-якому суспільстві є, насамперед, цінності і норми, а орієнтація на ті чи інші цінності лежить в основі управлінської діяльності [1, с. 77–78].

Культура суспільства відповідає рівню зовнішніх факторів мотивації, культура підприємства – внутрішнім, а культура рівня особистості – це індивідуальний рівень формування факторів. Кожен рівень і всі разом взаємодіють один з одним, й у процесі взаємодії вони утворюють систему факторів та умов формування мотиваційної спрямованості персоналу.



У третьому тисячолітті змінюється уявлення про те, що таке найманий працівник. Люди вже не ходять на роботу тільки тому, що зобов'язані це робити. Вони працюють, тому що прагнуть цього. Люди сприймають роботу як невід'ємну частину свого життя в тому випадку, коли зацікавлені в результатах діяльності компанії не менше, ніж у власних результатах [3, с. 137].

Сучасні підприємства в основному тільки проголошують персонал своїм капіталом. На практиці підприємства, на жаль, не використовують у повному обсязі творчий потенціал своїх співробітників, організують їх роботу, ґрунтуючись на підході: персонал, робоча сила, в кращому випадку – людські ресурси.

Таким чином, у століття інформації основним ресурсом підвищення конкурентоспроможності компанії стає людський капітал. Фінанси та технології, як і раніше, дають їх володарям певні переваги, але лише на деякий час. Фінансовий капітал, який на початку ХХ століття забезпечував компаніям перевагу, став доступнішим. Технології, володіння якими у середині минулого століття зробило компанію конкурентоспроможною, тепер можна легко підробити [6].

Стає справедливим гасло: "Кадри вирішують все", можна додати, що "Добре вмотивовані кадри вирішують все".

Керівники, які навчаються розуміти природу людини і цінність людського капіталу, забезпечать своїм компаніям процвітання.

Наук. керівн. Миронова О. М.

Література: 1. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей : посібник для студентів гуманітарних факультетів вищих навчальних закладів / М. С. Дороніна. – К. : Видавничий дім "KM Academia", 1998. – 192 с. 2. Колот А. М. Мотивація стимулювання й оцінка персоналу : навч. посібн. / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 1998. – 224 с. 3. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2003. — 352 с. 4. Наумік К. Г. Фактори мотивації сучасного трудового колективу / К. Г. Наумік // Коммунальное хозяйство городов : научн.- техн. сб. Сер. "Экономические науки". – К. : Техника, 2001. – Вып. 31. – С. 205–209. 5. Наумік К. Г. Дослідження розвитку мотивації з позиції теорії циклів / К. Г. Наумік // зб. наук. пр. / "Економіка: проблеми теорії і практики". – Дніпропетровськ : ДНУ, 2001. – Вип. 85. – С. 62–66. 6. Сорока И. В. Мотивация предпринимательства как экономико-философский феномен: сущность, эволюция, современные проблемы : монография / И. В. Сорока.– Донецк : ДГУЭТ, 1999. – 458 с.

УДК 005.32:331.101.3

Крамаренко А. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЕФЕКТИВНІСТЬ МОТИВАЦІЇ КОЛЕКТИВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Розглянуто мотиваційну систему і чинники, які спонукають працівників до досягнення поставленої мети підприємства.

Аннотация. Рассматривается мотивационная система и факторы, которые побуждают работников к достижению поставленных целей предприятия.

Annotation. The system of motivation and factors which induce the workers to achievement of object in views of the enterprise is considered.

Ключові слова: система мотивації, мотивація, мотиваційні чинники.

Одним з головних завдань сучасного підприємства є формування ефективної системи управління, в реалізації якої величезну роль відіграє управління персоналом. У даний час в економіці складається достатньо непроста ситуація. Існує гостра нестача висококваліфікованих фахівців у багатьох галузях. У цих умовах якісно побудована система мотивації є важливим елементом системи управління персоналом [1]. Шлях до ефективної професійної діяльності людини лежить через розуміння її мотивації. Тільки знаючи те, що рухає людиною, що спонукує її до діяльності, які мотиви лежать в основі її дій, можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління нею. Для цього потрібно знати, як виникають ті або інші мотиви, як і якими способами мотиви можуть бути наведені в дію.

Актуальність даної теми полягає в тому, що зрозумівши механізм формування мотиваційної сфери людини, керівники зможуть ефективно управляти персоналом, підвищуючи продуктивність підприємства за допомогою мотивування своїх співробітників [2].

Жодна система управління не стане ефективно функціонувати, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації, тому що мотивація спонукує конкретного індивіда й колектив у цілому до досягнення особистих і колективних (організаційних) цілей.

© Крамаренко А. В., 2010



Метою даної статті є виділення основних складових мотиваційного пакету підприємства, які спонукають працівників роботи внесок у досягнення намічених цілей.

Уся діяльність людини обумовлена реально існуючими потребами. Люди прагнуть або чогось досягти, або чогось уникнути. У вузькому змісті слова "мотивована діяльність" – це вільні, обумовлені внутрішніми спонуканнями дії людини, спрямовані на досягнення цілей, реалізацію інтересів. У мотивованій діяльності працівник сам визначає міру дій залежно від внутрішніх спонукань і умов зовнішнього середовища.

У мотиваційний пакет можуть входити безліч складових: премії, безлімітний мобільний телефон, абонемент у басейн, спортзал, медичне страхування, безкоштовні кредити і навчання, надання частини акцій компанії, компенсація оренди житла, організація корпоративного відпочинку (вечірки, поїздки за кордон) і т. д. З нематеріальних можна виділити: гнучкий графік роботи, перспективу кар'єрного зростання, розширення повноважень.

Дуже багато хто вважає, що головною мотивацією є гроші, але це далеко не так. Часто буває, що компанія пропонує співробітнику хорошу зарплату, але якщо робота здається фахівцю нецікавою, довго він там працювати не буде. Часто керівники роблять велику помилку, коли видають премії без пояснення, за які заслуги. Керівництво вважає, що премія повинна виплачуватися, і один – два рази в рік видає її співробітникам. Це в результаті порадить співробітників, але вони не зрозуміють, за які заслуги і на що їм слід звернути особливу увагу. Поступово такі премії сприйматимуться як належне. Таким чином, мотивуючи співробітника преміями, слід йому пояснювати, за які заслуги він заохочується. Безумовно, фінансова мотивація відіграє дуже важливу роль, але нею потрібно правильно управляти. Якщо узяти співробітника на високу зарплату, вона його мотивуватиме тільки перший час. Весь час, підвищуючи зарплату, ви не зможете його мотивувати. Цю проблему можна вирішити таким чином: потрібно поставити перед співробітником завдання на певний період і лише після виконання можна підвищувати зарплату. Так само премії і бонуси відіграють не менш важливу роль, але вони повинні видаватися залежно від результатів роботи.

Окрім фінансової сторони, для співробітників дуже важливе кар'єрне зростання. Якщо навіть робота буде цікавою, високооплачуваною, але без подальшого просування, то утримати хорошого фахівця з великими планами на майбутнє практично неможливо. Також треба звернути увагу на те, що для співробітника важливо відчуття того, що компанія його потребує, що він вносить великий внесок у розвиток якої-небудь справи. Тому, автор вважає, що керівникам потрібно частіше хвалити своїх прилеглих. Це тільки додасть ентузіазму співробітнику до виконання своїх обов'язків. Грамоти і дипломи в цьому випадку також можуть стати в нагоді.

Таким чином, підводячи підсумки, можна зробити висновок, що добре продумана система мотивації дозволяє ефективно управляти поведінкою персоналу, забезпечуючи процвітання організації.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Абрамова Е. Система мотивации и увлеченные подчиненные [Электронный ресурс] / Е. Абрамова. – Режим доступа : http://www.rabotka.ru/staff_motivation/st6.php. 2. Пермский аналитический центр. Мотивация персонала как инструмент повышения стоимости компании / Пермский аналитический центр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/nemonetarnaya-motivatsiya-personalaneprostaya-arifmetika-v-usloviyakh-krizisa>. 3. Немонетарная мотивация персонала: непростая арифметика в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : hrliga.com.

Мороз К. О.

УДК 378.1(477)

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто питання реформування вищої освіти в Україні. Зосереджено увагу на концепції модернізації вищої освіти України, яка повинна відповідати стандартам Європейського Союзу зі збереженням національних традицій національної вищої освіти.

Аннотация. Рассмотрены вопросы реформирования высшего образования в Украине. Уделено внимание концепции модернизации высшего образования Украины, которая должна отвечать стандартам Европейского Союза с сохранением национальных традиций национального высшего образования.

© Мороз К. О., 2010

Annotation. The questions of reformation of higher education in Ukraine are studied. The attention is paid to conception of modernisation of higher education of Ukraine, which must correspond the standards of European Union with maintenance of national traditions of national higher education.

Ключові слова: вища освіта, Болонський процес, реформування.

Вища освіта в цивілізованому світі є не просто засобом задоволення фахових потреб особистості, вона є духовною необхідністю суспільства. Вища освіта здобувається особою у вищому навчальному закладі в результаті послідовного, системного та цілеспрямованого процесу засвоєння змісту навчання, який ґрунтується на повній загальній середній освіті й завершується здобуттям певної кваліфікації за підсумками державної атестації.

Сьогодення вносить свої корективи в освіту. Нині розвиток вищої освіти підпорядковується законам ринкової економіки, що вимагає постійного поповнення змісту освіти новітніми матеріалами, запровадження сучасних технологій навчання з високим рівнем інформатизації навчального процесу, розвитку вищої освіти в контексті тенденцій світових освітніх систем. Система освіти є одним з найважливіших соціальних інститутів у будь-якому суспільстві. Її становище, ефективність функціонування, значимість у суспільстві виступають показниками рівня розвитку суспільства та держави.

Українська вища освіта переживає переломний момент свого розвитку. Відбувається глобальне реформування вищої освіти, спрямоване на зміну концептуальних пріоритетів, на пошук шляхів інтеграції до Європейської системи. Орієнтація на Болонський процес не повинна призводити до докорінної перебудови вітчизняної системи освіти. Це лише стимул для її осмислення, порівняння з європейськими вимогами і стандартами для визначення можливостей її удосконалення на новому етапі. Вирішальну роль у реформуванні української вищої освіти повинні зіграти провідні національні університети.

Згідно з Законом України "Про освіту" вища освіта України є 4-рівневою з присвоєнням випускникам ВНЗ кваліфікації молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст, магістр. У 2005 році Україна підписала Болонську Конвенцію і започаткувала низку методичних та організаційних змін, скерованих на реформування освіти, на перехід на дворівневу освіту. Здійснено ряд заходів із створення національно-правової нормативної бази вищої освіти, які визначили ідеологію реформування всієї освітньої галузі. ВНЗ України перейшли на Державні стандарти підготовки фахівців з вищою освітою з урахуванням європейського рівня вимог і введення освітньо-кваліфікаційних рівнів "бакалавр" і "магістр".

Таким чином, втілення Болонської конвенції в Україні вимагає значних зусиль і чіткої координації з боку Міністерства освіти і науки України. Не можна не звертати увагу на наявні труднощі та неузгодженість, які необхідно усунути. Тому першочергового вирішення потребують такі завдання:

1) переглянути кількість закладів вищої освіти і привести її у відповідність з потребами держави;
2) проведені останнім часом зміни мережі вищих навчальних закладів, надання багатьом з них статусу університету принизило значення цього типу закладу вищої освіти. В Україні нині є 86 національних університетів, проте немає чіткого розмежування понять "національний", "державний", "регіональний", "місцевий", як і немає вимог щодо них. На погляд автора, є доцільним установити три рівні градації університетів – національний, державний, регіональний, і розробити відповідні положення та провести акредитацію навчальних закладів на відповідність цим положенням;

3) вища школа України має багаті традиції демократичного управління освітою, які свого часу були закладені у статут навчальних закладів. Але є випадки порушення положення про виборність професорсько-викладацького складу про термін переобрання, ігнорується давня традиція про можливість перебування на керівній посаді не більше двох термінів. Необхідно відновити давні університетські традиції;

4) освіта є невід'ємною складовою культури суспільства. Наша національна культура є серцевиною української національної ідеї, це її основа і простір для розвитку. З цієї точки зору викладання у всіх державних вищих закладах освіти, за винятком окремих, чітко визначених регіональних, повинно здійснюватися українською мовою;

5) необхідно завершити роботу з розробки Державного класифікатора професій, що дозволить привести у відповідність з реальною дійсністю зміст положень про бакалаврат та магістратуру;

6) необхідно переглянути положення про наукові ступені та вчені звання, замінивши ступінь кандидата наук на доктора, а отже, перейти на два докторські ступені – доктора філософії та доктора наук;

7) потрібно перейти на європейські норми педагогічного навантаження викладачів.

Отже, реформування вищої освіти і науки України передбачає: перехід до динамічної ступеневої системи підготовки фахівців, що дасть змогу задовольнити потреби особистості у здобутті певного освітнього та кваліфікаційного рівня за бажаним напрямом відповідно до її здібностей та забезпечити її мобільність на ринку праці; формування мережі вищих навчальних закладів, яка за формами, програмами, термінами навчання і джерелами фінансування задовольняла б потреби кожної людини та держави в цілому [1].

З огляду на доцільність входження до Європейського простору вищої освіти треба здійснити перехід від системи, яка в теперішній час становить еkleктичний набір елементів радянської та європейської систем із включенням національних особливостей до системи, яку декларують документи Болонського процесу. У таблиці запропоновано перелік заходів щодо реформування організації вищої освіти в Україні.

Порівняльний аналіз переходу до систем освіти, які існують на принципах Болонського процесу

Система освіти як набір елементів радянської, європейської та національних особливостей	Система освіти на принципах Болонського процесу
Державне планове управління	Ринок освітніх послуг
Безкоштовність навчання	Платність навчання
Однорівнева однократна освіта	Багаторівнева безперервна освіта
Вузькопрофільне навчання	Широкопрофільне навчання
Твердий навчальний план	Гнучкий навчальний план
Синхронне навчання	Асинхронне навчання
Прив'язка до ВНЗ	Академічна мобільність

Таким чином, на сучасному етапі концепція модернізації вищої освіти України повинна відповідати стандартам Європейського Союзу зі збереженням національних традицій національної вищої освіти. Необхідність розв'язання глобальних проблем, що стоять перед людством у третьому тисячолітті, вимагає високого рівня освіти, зростання інтелектуального та духовного потенціалу суспільства, якісної підготовки фахівців.

Наук. керівн. Грачов В. І.

Література: 1. Указ Президента України "Основні напрями реформування вищої освіти в Україні" від 12 вересня 1995 р. № 832/95 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Закон України "Про вищу освіту" із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 26 грудня 2002 р. № 380-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 3. Указ Президента України "Національна доктрина розвитку освіти" від 17 квітня 2002 р. № 347/2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 4. www.mon.gov.ua.

Мірошніченко Д. С.

УДК 331.56

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИБОРУ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ

Анотація. Розглянуто сутність методів прогнозування в статистиці. Доведено, що найбільш дієвим кількісним інструментом дослідження соціально-економічних процесів, що описується великою кількістю характеристик, є методи багатовимірного аналізу.

Аннотация. Рассмотрены сущность методов прогнозирования в статистике. Доказано, что наиболее действенным количественным инструментом исследования социально-экономических процессов, описывается большим количеством характеристик, есть методы многомерного анализа.

Annotation. The essence of methods of forecasting in the statistican are considered. It has been proved that the most effective quantitative tool of research of social and economic processes, it is described by a great number of characteristics methods of the multidimensional analysis.

Ключові слова: зайнятість, безробіття, економічно-активне населення, трудові ресурси.

При аналізі та прогнозуванні соціально-економічних явищ дослідник досить часто стикається з багатовимірністю їх опису. Це відбувається під час розв'язання завдання сегментації ринку, побудові типології країн за досить великої кількості показників, прогнозування кон'юнктури ринку окремих товарів, вивченні та прогнозуванні економічної депресії і багатьох інших проблем.

Методи багатовимірного аналізу – найбільш дієвий кількісний інструмент дослідження соціально-економічних процесів, що описуються великою кількістю характеристик. До них відносяться кластерний, дискримінантний аналізи, методи згладжування Хольта та Брауна.

Кластерний аналіз найбільш яскраво відображає риси багатовимірного аналізу в класифікації. Іноді підхід кластерного аналізу називають у літературі чисельною таксономією, чисельною класифікацією, розпізнаванням з самонавчанням і т. д. Перше застосування кластерний аналіз знайшов у соціології. Назва кластерний аналіз походить від англійського слова cluster – гроно, скупчення. Вперше в 1939 р. був визначений предмет кластерного аналізу та зроблено його опис дослідником Трионом.

Головне призначення кластерного аналізу – розбивка безлічі досліджуваних об'єктів і ознак на однорідні у відповідному розумінні групи або кластери. Це означає, що вирішується завдання класифікації даних і виявлення відповідної структури в ній. Методи кластерного аналізу можна застосовувати в найбільш різних випадках, навіть у тих випадках, коли мова йде про просте групування, у якому все зводиться до утворення груп за кількісної подібності.

Велика перевага кластерного аналізу в тому, що він дозволяє виробляти розбивку об'єктів не за одним параметром, а за цілим набором ознак. Крім того, кластерний аналіз на відміну від більшості математико-статистичних методів не накладає ніяких обмежень на вигляд розглянутих об'єктів і дозволяє розглядати безліч вихідних даних практично довільно. Це має велике значення, наприклад, для прогнозування кон'юнктури, коли показники мають різноманітний вид, що затрудняє застосування традиційних економетричних підходів [1; 2].

Кластерний аналіз дозволяє розглядати досить великий обсяг інформації і різко скорочувати, стискати великі масиви соціально-економічної інформації, робити їх компактними і наочними.

Важливе значення кластерний аналіз має стосовно сукупності часових рядів, що характеризують економічний розвиток (наприклад, загальногосподарської і товарної кон'юнктури). Тут можна виділяти періоди, коли значення відповідних показників були досить близькими, а також визначати групи часових рядів, динаміка яких найбільш схожа.

У завданнях соціально-економічного прогнозування вельми перспективне поєднання кластерного аналізу з іншими кількісними методами (наприклад, з регресійним аналізом).

У кластерному аналізі вважається, що: а) вибрані характеристики допускають у принципі багатий розподіл на кластери; б) одиниці виміру (масштаб) обрані правильно.

Вибір масштабу відіграє велику роль. Як правило, дані нормалізують відніманням середнього та розподілом на стандартне відхилення, так що дисперсія виявляється рівна одиниці.

Дискримінантний аналіз використовується для прийняття рішення про те, які змінні розрізняють (дискримінують) дві або більше сукупності (групи), що виникають. Наприклад, якийсь дослідник у галузі освіти може захотіти дослідити, які змінні відносять випускника середньої школи до однієї з трьох категорій: вступник до коледжу, вступник у професійну школу або такий, що відмовляється від подальшої освіти чи професійної підготовки. З цією метою дослідник може зібрати дані про різні змінні, пов'язані з учнями школи. Після випуску більшість учнів природно повинна потрапити в одну з названих категорій. Потім можна використовувати дискримінантний аналіз для визначення того, які змінні дають найкраще пророкування вибору учнями подальшого шляху.

З обчислювальної точки зору дискримінантний аналіз дуже схожий на дисперсійний аналіз. Основна ідея дискримінантного аналізу полягає в тому, щоб визначити, чи відрізняються сукупності за середнім будь-якої змінної (або лінійної комбінації змінних), і потім використовувати цю змінну, щоб передбачити для нових членів їх приналежність до тієї чи іншої групи.

Термін економіко-математичні методи розуміється як узагальнююча назва комплексу економічних та математичних наукових дисциплін, об'єднаних для вивчення економічних процесів і систем.

Основним методом дослідження систем є метод моделювання, тобто спосіб теоретичного аналізу та практичного дії, спрямований на розробку і використання моделей. При цьому під моделлю будемо розуміти образ реального процесу, що відображає його суттєві властивості.

Адаптивні моделі прогнозування – це моделі дисконтування даних, здатні швидко пристосовувати свою структуру і параметри до зміни умов. Інструментом прогнозу в адаптивних моделях, як і в кривих зростання, є математична модель з єдиним чинником "час".

Загальна схема побудови адаптивних моделей може бути представлена таким чином. За кількома першими рівнями ряду оцінюються значення параметрів моделі. За наявною моделлю будується прогноз на один крок вперед, причому його відхилення від фактичних рівнів ряду розцінюється як помилка прогнозування, яка обліковується у відповідності зі схемою коригування моделі. Далі по моделі зі скорегованими параметрами розраховується прогнозна оцінка на наступний момент часу і т. д. Модель завжди враховує нову інформацію і до кінця періоду навчання відображає тенденцію розвитку процесу, що існує в даний момент.

На початку будь-якого прогнозування будується тренд. Під трендом розуміється стійка систематична зміна процесу протягом тривалого часу. Оцінка тренда здійснюється параметричними та непараметричними методами. Параметричний метод полягає в підборі згладжуваної функції, яка описувала б тенденцію ряду: лінійний тренд, поліном і т. д. Непараметричний метод використовується, коли не можна підібрати згладжену функцію і полягає в механічному згладжуванні часових рядів методом ковзної середньої.

На завершення, після прогнозування перевіряється отримана модель на адекватність, тобто відповідність моделі досліджуваного об'єкта або процесу.

Оскільки повної відповідності моделі реальному процесу або об'єкта бути не може, адекватність, якоюсь мірою, – умовне поняття. Модель часового ряду вважається адекватною, якщо правильно відображає систематичні компоненти тимчасового ряду.

Для ефективного застосування методів Хольта та Брауна досліднику потрібні так звані "довгі ряди" зміни економічних показників, які вдається мати далеко не завжди.

Як уже зазначено вище, в основі екстраполяційних методів прогнозування лежить припущення про те, що основні фактори й тенденції, що мали місце в минулому, зберігаються в майбутньому. Збереження цих тенденцій – неодмінна умова успішного прогнозування. При цьому необхідно, щоб ураховувалися лише ті тенденції, які ще не застаріли і до цих пір роблять вплив на досліджуваний процес.

При короткостроковому прогнозуванні, а також при прогнозуванні в ситуації зміни зовнішніх умов, коли найбільш важливими є останні реалізації досліджуваного процесу, найбільш ефективними виявляються адаптивні методи, що враховують нерівноцінність рівнів часового ряду.



Загальна схема побудови адаптивних моделей може бути представлена наступним чином. З кількох перших рівнів ряду оцінюються значення параметрів моделі. За наявною моделлю будується прогноз на один крок вперед, причому його відхилення від фактичних рівнів ряду розцінюється як помилка прогнозування, яка обліковується відповідно до прийнятої схемою коригування моделі. Далі по моделі зі скорегованими параметрами розраховується прогнозна оцінка на наступний момент часу і т. д. Таким чином, модель постійно "вбирає" нову інформацію і до кінця періоду навчання відображає тенденцію розвитку процесу, що існує в даний момент.

У моделях Брауна і Хольта параметри згладжування характеризують ступінь адаптації моделі до зміни ряду спостережень. Вони визначають швидкість реакції моделі на зміни, що відбуваються в розвитку. Чим вони більші, тим швидше реагує модель на зміни. Зазвичай для стійких рядів їх величина велика, а для нестійких – маленька. У різних методах прогнозування використовується різний підхід до їх визначення. Їх можна взяти фіксованими, а найкраще значення визначити методом підбору, щоб помилка прогнозу на один крок вперед була найменшою. При використанні комп'ютера це не важко.

Усередині минулого століття Хольт запропонував удосконалений метод експонентного згладжування, згодом названий його ім'ям. У запропонованому алгоритмі значення рівня і тренда згладжуються за допомогою експонентного згладжування. Причому параметри згладжування в них різні.

Наук. керівн. Гриневич Л. В.

Література: 1. www.mf.gov.ua. 2. www.ukstat.ua.

Винникова О. В.

УДК 330.3221:332.14(477.54)

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД

Анотація. Розглянуто Харківський регіон як об'єкт інвестиційних вкладень. Зроблено акцент на промисловий потенціал регіону. Також розглянуті основні діючі інвестиційні проекти та динаміка вкладень іноземних інвестицій у Харківський регіон.

Анотация. Рассмотрен Харьковский регион как объект инвестиционных вложений. Сделан акцент на промышленный потенциал региона. Также рассмотрены основные действующие инвестиционные проекты и динамика вложений иностранных инвестиций в Харьковский регион.

Annotation. Kharkiv region, as an object of capital investments was reviewed. Accents on the industrial potential of the region were made. The main on-going investment projects and dynamic of foreign capital investment in Kharkiv region were reviewed.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, інвестиційні вкладення, інвестиційні проекти, іноземні інвестиції.

Важливою умовою подальшого соціально-економічного розвитку м. Харкова та Харківського регіону в цілому є залучення інвестиційних ресурсів.

Нинішній Харківський регіон відзначається культурно-освітнім, науково-дослідним та промисловим потенціалом. Місто Харків унікальне за кількістю вчених, інженерів і конструкторів, висококваліфікованих трудових кадрів. Усе це робить його привабливим для іноземних інвестицій. У рейтингу інвестиційної привабливості за обсягами залучених інвестицій Харків займає провідні позиції в Україні.

Головні конкурентні переваги міста Харків для ведення бізнесу та ефективного інвестування полягають у вигідному географічному положенні та розвиненій інфраструктурі. Через Харків проходять найважливіші залізничні та автомобільні магістралі, які зв'язують північ Росії, Європу і країни Балтії з півднем Росії, Кавказом і країнами Азії. Розташування на перехресті торговельних шляхів із Москви та Санкт-Петербурга до Києва, Криму, Кавказу, підтримання ділових зв'язків із країнами Західної Європи, Близького Сходу, Балканського півострова сприяли перетворенню міста на великий промислово-торговельний центр, товарообіг якого складає майже половину товарообігу всієї України.

Упродовж століть Харків не лише нарощував економічну міць, а й розвивав свою транспортну систему. На сьогодні у другому за кількістю населення місті України (близько 1,5 млн мешканців) розташовано три великі залізничні вокзали, міжнародний аеропорт та п'ять автобусних станцій. У сфері телекомунікацій місто вважається найважливішим вузлом майбутніх оптоволоконних східноєвропейських мереж зв'язку.

Харків є одним із провідних центрів індустріального комплексу України. Підприємства міста виробляють продукцію майже за всіма видами промислової діяльності.

Пріоритетними напрямками є машинобудування та харчова промисловість, добре розвинуті фармацевтична та поліграфічна галузі, будівельна база.

Машинобудівну галузь міста представляють підприємства з виробництва кабельно-провідникової продукції, електродвигунів, генераторів, турбін, підшипників, військової та авіаційної техніки, засобів управління для атомних станцій та ін.

У харчовій промисловості особливе місце займає випуск кондитерської продукції, пивоваріння та виробництво солоду. Домінують підприємства з виробництва м'яса та ковбасних виробів, молочної продукції, макаронних виробів.

Підприємства легкої промисловості спеціалізуються на виробництві широкого асортименту тканин, одяжі, взуття, трикотажних виробів, ковдр та пледів, чемоданів та сумок, мішків, тентів та ін.

Спеціалізація міста в хімічній галузі – виробництво товарів побутової хімії, емалей, фарб, хімічних засобів захисту рослин, виробів з пластмас.

Місто Харків – всесвітньо відомий культурно-освітній центр, який відрізняється високою концентрацією наукових і навчальних закладів.

Науковий потенціал міста представлений понад 200 науковими установами різних секторів: 62,5 % – галузева наука, 17,3 % – академічна наука, 10 % – вищі навчальні заклади, 9,4 % – заводська наука.

У місті зосереджено 15 % усіх науково-дослідних інститутів України, 20 % конструкторських і проектних організацій, понад 16 % наукових співробітників, також діє найбільший регіональний Північно-східний науковий центр НАН та МОН України.

У наукових установах міста працюють понад 80 академіків і членів-кореспондентів НАН України, понад 614 докторів та близько 2 725 кандидатів наук.

Підготовку майбутніх фахівців у різних галузях знань здійснюють 58 вищих навчальних закладів, із них 39,7 % – I – II рівнів акредитації, 60,3 % – III – IV рівнів акредитації. Розподіл за типами навчальних закладів склався таким чином: 19 університетів, 9 академій, 9 інститутів, 8 коледжів, 8 технікумів, 5 училищ.

Потужний інтелектуальний потенціал, високий рівень освіти мешканців міста втілюється у створення сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництво та реалізацію нових видів конкурентоспроможної продукції [1].

З метою підтримання сприятливого інвестиційного клімату в м. Харків і презентації ділових та інвестиційних можливостей міста запроваджена практика проведення щорічного Харківського інвестиційного форуму, де відбуваються консультації та дискусії між представниками органів місцевої влади, наукових і ділових кіл та потенційними інвесторами відносно перспективи інвестиційного розвитку м. Харкова, презентації існуючих інвестиційних та інноваційних проектів міста та залучення інвестицій для їх реалізації.

На сьогоднішній день існують пропозиції щодо залучення іноземних інвестицій у різні галузі промисловості як шляхом прямого інвестування, так і за допомогою створення спільних виробництв на основі розробок харківських учених та можливостей промисловців.

Досить актуальним є питання інвестування в розвиток та модернізацію інфраструктури міста в рамках підготовки м. Харкова до чемпіонату Європи з футболу 2012 року (будівництво бізнес-центрів, торговельно-розважальних комплексів, житлового мікрорайону, готелів).

Найбільш масштабним проектом у залученні іноземних інвестицій у Харківському регіоні є створення промислової зони "Індустріальний парк "Рогань" у Харківському районі області. В ході реалізації проекту планується створити на площі більше ніж 200 га близько 150 підприємств, що автоматично позитивно вплине на соціальні показники регіону (створення нових робочих місць на підприємствах з сучасним технологічним циклом, високі соціальні стандарти робітників, збільшення податкових надходжень до регіонального та місцевого бюджетів). Оцінка очікуваних економічних показників роботи індустріального парку "Рогань" у період з 2008 по 2012 рік: залучення 150 фірм для реалізації їх інвестиційних проектів з розміщення виробничих та офісних будівель на території промислового парку; забезпечення загальної суми інвестицій 1,5 млрд дол. США; забезпечення створення на території промислового парку 10 тисяч нових робочих місць.

Харківською обласною державною адміністрацією разом з Харківською обласною радою розпочато реалізацію регіонального інвестиційного проекту зі створення промислової зони. Так, рішенням сесії Харківської обласної ради у 2007 році затверджено "Програму створення індустріального парку "Рогань" в Харківській області", на виконання якої: створено комунальне підприємство "Індустріальний парк "Рогань". Заплановано, що вказане підприємство підготує техніко-економічне обґрунтування та схеми планування території майбутнього індустріального парку; завершить процедури відводу земельної ділянки в 203 га для створення парку; залучить фінансові ресурси через відкритий продаж частини своїх акцій для розбудови необхідної інфраструктури індустріального парку [2].

У 2009 р. в економіку Харківської області іноземними інвесторами вкладено прямих інвестицій на суму 481,3 млн дол. Основна частка збільшення інвестицій (98,8 %) здійснена нерезидентами країн ЄС – 475,7 млн дол. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Харківський регіон представлена на рисунку.

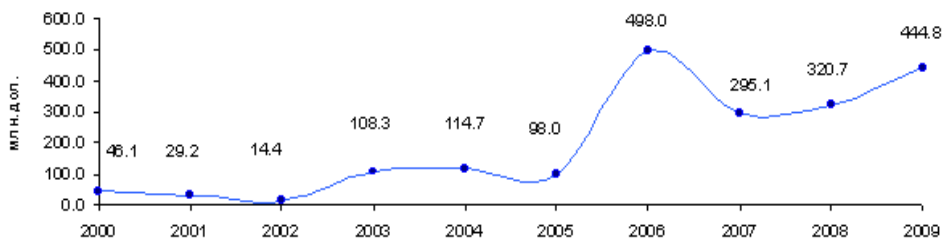


Рис. Приріст прямих іноземних інвестицій

У цілому за 2009 р. приріст обсягу прямих іноземних інвестицій з урахуванням переоцінок, утрат, курсової різниці тощо, склав 444,8 млн дол., що у 1,4 раза більше приросту минулого року. За цим показником область посідає друге місце серед регіонів України після м. Києва [3].

Обсяг прямих іноземних інвестицій у Харківщині станом на 1 січня 2010 р. становив 2 054,7 млн дол., що складає 744,4 дол. США на одну особу населення (на початок 2009 р. – 580,4 дол. США на одну особу), а темп зростання їх складав 128,3 %. За цим показником, який менше від середнього показника по Україні на 128,2 дол. США, область займає четверте місце. Обсяг прямих іноземних інвестицій на одну особу по області менший порівняно з регіонами, які попереду, на 5 018,6 дол. від аналогічного показника по м. Києву, на 132,5 дол. – по Київській області, на 92,6 дол. – по Дніпропетровській області [3].

Слід зазначити, що Харківська область залишається інвестиційно-привабливим регіоном України для іноземного інвестора, що підтверджує займане провідне третє місце в Україні за обсягами прямих іноземних інвестицій. Цьому сприяє великий внутрішній ринок, високий рівень освіти населення, сприятлива структура кваліфікації робочої сили, центральне положення в Європі, розгалужена інфраструктура, можливість інвестувати практично усі сфери економіки. Але іноземні інвестори поки що не поспішають взяти активну участь у структурному реформуванні економіки та задовольнити потребу у фінансуванні українських підприємств.

Наук. керівн. Аксьонова І. В.

Література: 1. Підготовлено Управлінням з питань підприємництва, інвестицій та споживчого ринку Харківської міської ради. Каталог інвестиційних пропозицій. – Харків : Золоті сторінки, 2009. 2. Матюшенко І. Підвищення експортного потенціалу як фактор розвитку конкурентоспроможності економіки Харківської області / Ігор Матюшенко. – Харків, 2008 [Неопублікована праця]. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Літвінова О. В.

УДК [336.717.13:004.78](477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ І ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Анотація. Обґрунтовано необхідність створення єдиної національної системи он-лайн бронювання, проаналізовано поточний стан Інтернет-банкінгу, його переваги та недоліки, перспективи розвитку, а також наведено зразок проекту ідеальної системи он-лайн бронювання.

Аннотация. Обоснована необхідність створення єдиної національної системи он-лайн бронювання, проаналізовано текущее состояние Интернет-банкинга, его преимущества и недостатки, перспективы развития, а также приведен пример проекта идеальной системы он-лайн бронювання.

© Літвінова О. В., 2010

Annotation. The necessity of creation the integrated national system on-line reservation is substantiated, the current state of Internet-banking is analyzed, its advantages and disadvantages, prospects of development, and also make an example of the plan of the ideal system on-line reservation.

Ключові слова: Інтернет-банкінг, он-лайн бронювання, електронні платіжні системи.

Єдина національна система он-лайн бронювання значно полегшує надання туристичних послуг, але, на жаль, на сьогодні в Україні не існує єдиної досконалої системи он-лайн бронювання готельних номерів, а також авіа- і залізничних квитків. Державна служба туризму та курортів не може чітко визначити умови створення такої системи. Тим часом УЄФА наполягає на використанні тільки європейського досвіду при створенні єдиної системи бронювання в Україні, що, у свою чергу, дуже невігідно через надвисоку ціну [1].

Для держави дуже важливо не допустити захоплення свого ринку іноземними компаніями, тим самим дозволити витік за кордон значних фінансових потоків, тому дуже важливо запровадити власну систему бронювання і працювати із західними конкурентами на умовах взаємовигідного партнерства.

Нерозвиненість та непоінформованість споживачів про послуги інтернет-банкінгу та можливостей, що надають електронні платіжні системи, уповільнюють розвиток ринку індивідуального туризму, ускладнюють співробітництво між туристичними підприємствами, отже, тема статті є актуальною.

Мета дослідження: обґрунтування концепції створення проекту єдиної системи бронювання в Україні.

Завдання, які мають бути вирішені, такі:

дослідити основні системи електронних платіжних засобів в Україні;

проаналізувати сучасний стан Інтернет-банкінгу в Україні, а також перспективи його розвитку.

Придбання товарів і послуг (як і заробіток) за допомогою Інтернету стають усе більш поширеними. Для фінансових операцій у мережі, окрім традиційних банківських пластикових карт, використовують різноманітні системи електронних грошей.

Найпопулярнішими в українському сегменті мережі Інтернет (про це свідчить кількість реєстрацій) є такі системи електронних грошей: Webmoney, Яндекс.Гроші, RBK Money, Ukrmoney, Інтернет.Гроші, E-gold і PayPal.

Електронні гроші – Ukrmoney

Українська система електронних грошей з'явилася лише 2 роки тому. Важливою особливістю сервісу є тісна співпраця з ПриватБанком, який надає можливість поповнення електронного рахунку і виведення коштів через свої відділення і карти. Також всі активи користувачів системи Ukrmoney підкріплені реальними рахунками в ПриватБанку. А щоб персоніфікувати електронний рахунок (це слід зробити, якщо загальний баланс коштів складатиме більше 1 000 гривень), необхідні документи треба надати саме в ПриватБанк.

Тим, хто реєструвався в системі, надається 4 рахунки одночасно: у гривнях, рублях, доларах і євро. Управляти рахунком можна з будь-якого комп'ютера (ніяких додаткових програм встановлювати не потрібно).

Електронні перекази грошей усередині системи:

на операції до 100 грн (еквівалент в дол. США, євро) – 0,10 грн + 1 %;

на операції понад 100 грн (еквівалент в дол. США, євро) – 0,10 грн + 0,7 % [2]

Інтернет як глобальна мережа має величезний вплив на всі сфери діяльності, включаючи економіку і дозвілля. Одним з важливих аспектів використання Інтернету є подальший розвиток тенденції до глобальної мобільності і ліквідності капіталу для всіх категорій клієнтів. На практиці ця тенденція проявилася в появі Інтернет-банкінгу. За кордоном найбільші банки надають найбагатший набір Інтернет-послуг. В Україні ж використання Інтернет-технологій значною мірою поки є не бізнесом, а похвальним прагненням до новаторства. У зв'язку з цим питання розвитку Інтернет-банкінгу є не тільки практичним, але і науковим інтересом, у тому числі і для України.

У даний час недостатня ефективність фінансово-банківської сфери виступає однією з головних перешкод на шляху інтеграції України у світову економіку, а також на шляху створення єдиної системи бронювання. У зв'язку з цим, Інтернет-банкінг як найбільш прогресивний напрям розвитку банківської справи представляє особливий інтерес. Він є одним з найдинамічніших секторів ринку електронної комерції, що бурхливо розвивається. За останніми даними вже більше 1 500 банків по всьому світу надають послуги Інтернет-банкінгу, а 26 банків працюють виключно через Інтернет.

Світова банківська система поступово переходить до активного використання цієї технології. Для того щоб вийти на сучасний рівень розвитку банківської сфери, Україні також необхідно сформувати національний ринок Інтернет-банкінгу. Для прискорення цього процесу доцільно вивчити світовий досвід і виробити ряд рекомендацій стосовно оптимізації розвитку даного ринку з урахуванням його сучасного стану.

В Україні Інтернет-банкінг як і ринок електронної комерції в цілому, знаходиться на стадії формування. Проте Інтернет-банкінг є, мабуть, найбільш перспективним на сьогоднішній день сектором даного ринку. Так, за прогнозами деяких українських банків, реалізація проектів Інтернет-банкінгу дозволить розширити клієнтську базу на 30 %. Цьому сприяє ряд чинників. По-перше, фінансові можливості банків дозволяють їм створювати сучасні, такі, що повністю відповідають вимогам захисту інформації і швидкості здійснення операцій, системи Інтернет-банкінгу. В середньому вартість розробки і впровадження подібної системи складає від 1 до 5 мільйонів доларів США. Більш того, зазначена кількість найвпливовіших банків України вже створили і випробували такі системи. По-



вномасштабному їх використанню до недавнього часу заважала відсутність законодавчої бази. Тому використовувалися так звані системи пасивного Інтернет-банкінгу, які дозволяли отримувати інформацію про стан рахунку, проте ці системи не мали функцій управління ним. Після ухвалення Закону України "Про електронний цифровий підпис" юридичні перешкоди для проведення банківських операцій через Інтернет відсутні.

По-друге, на ринку банківських послуг України існує реальна потреба в Інтернет-банкінгу. На сьогоднішній день близько 20 % юридичних осіб активно використовують системи "клієнт-банк", які є прообразом системи Інтернет-банкінгу. Інтернет-банкінг перевершує систему "клієнт-банк" з погляду зручності використання. Крім того, він дозволяє управляти рахунком звідусюди.

На сьогоднішній день в Україні послуги Інтернет-банкінгу (активного або пасивного) надають такі банки: "Аваль", Укресімбанк, Правекс-Банк, ПриватБанк, "Надра", УкрСиббанк, "Фінанси і кредит", Укрсоцбанк і багато ін. Окремо хотілося б виділити систему "Приват24" від ПриватБанку, яка налічує більше 18 тисяч клієнтів, при цьому зростання клієнтської бази з початку 2002 року склало 60 % для фізичних і 80 % для юридичних осіб.

"ПриватБанк" зараз лідирує на вітчизняному ринку Інтернет-банкінгу: спектр пропонованих через Інтернет послуг у ньому – найширший, і ПриватБанк – поки єдиний банк в Україні, який розвиває власну систему Інтернет-банкінгу, – "Приват-24".

Користувачам "Приват-24" доступні практично всі основні банківські операції. Зареєстровані користувачі "Приват-24", працюючи за своїм комп'ютером, можуть отримувати повну інформацію про свої рахунки, більш того, можуть виконувати цілий ряд банківських операцій, не відвідуючи відділення банку. Серед послуг "Приват-24" такі: перегляд виписки і залишків на рахунку, поповнення рахунку, доступна також можливість відкриття в ПриватБанку як карткового, так і поточного рахунку. Користувачі системи можуть оплачувати комунальні послуги, відкривати рахунки й депозити в національній і іноземній валюті, здійснювати валютнообмінні операції, конвертувати валюти при перерахуванні коштів з використанням пластикових карт; замовляти пластикові карти з подальшим отриманням її в заздалегідь вибраному відділенні банку [3].

При вивченні сайту ПриватБанку, а саме системи "Приват-24", автором були виявлені наступні недоліки:

- 1) дуже проблематичний вхід на сторінку реєстрації;
- 2) не вказаний Крок 4, що потрібно чекати дзвінка від банківського працівника;
- 3) при неправильному введенні пароля вхід блокується, всі віртуальні гроші, які були на рахунку, клієнту не повертаються, потрібно розблокувати пароль;
- 4) незручна організація меню. При виборі "Інтернет-банк – для приватних осіб" потрапляємо не на сторінку авторизації, а на сторінку з описом послуги, на якій немає входу в систему;
- 5) незручна система, з поганою реалізацією і наочністю, постійні збої в підключенні;
- 6) за відсутності мобільного телефону, реєстрація в системах "Приват-24" через сайт неможлива. Реєстрація в системі "Приват-24" через банкомат також неможлива;
- 7) немає інформації про вартість послуги;
- 8) "Ви завжди можете звернутися в цілодобовий ЧАТ он-лайн-підтримки клієнтів, де в режимі реального часу Вам дадуть відповіді на всі питання!" При цьому відсутнє елементарне посилання на цей ЧАТ он-лайн-підтримки клієнтів;
- 9) опис способів реєстрації через Інтернет не відповідає дійсності;
- 10) неорганізованість інформації на сторінці;
- 11) суперечність інформації.

Таким чином, можна зробити висновок, що в Україні робота Інтернет-банкінгу абсолютно не автоматизована і потребує доопрацювання.

Для України Інтернет-банкінг є одним з найбільш перспективних ринків розвитку. Можна висунути ряд рекомендацій стосовно активізації процесу розвитку даного ринку в Україні. Основним завданням для українського Інтернет-банкінгу є на сьогоднішній день завоювання довіри користувачів. Для цього необхідно активно популяризувати системи Інтернет-банкінгу. Більшість банків не надають доступ у свої системи в демонстраційному режимі, тоді як це дозволило б зменшити ступінь недовіри користувача до роботи через Інтернет. Крім того, необхідно активно просувати технології Інтернет-банкінгу в загальноекономічній і спеціалізованій пресі. Необхідно створити всеукраїнський Інтернет-портал, присвячений Інтернет-банкінгу, на базі Нацбанку України, де була б централізовано представлена інформація про даний сектор ринку, статистичні дані, динаміку його розвитку тощо. Створення чіткої нормативної бази для банків, що працюють на ринку Інтернет-банкінгу, поза сумнівом, дозволить підвищити довіру користувачів до даного виду бізнесу.

На основі всього вищевикладеного можна зробити висновок, що ринок Інтернет-банкінгу, як і ринок електронної комерції в цілому, є для України одним з найперспективніших шляхів розвитку й інтеграції у світову економічну систему. А завдяки розвитку Інтернет-банкінгу в Україні збільшується можливість створення національної системи бронювання.

Основна перевага українського Інтернет-банкінгу – його дешевизна для клієнта. Підключення до Інтернет-системи зазвичай безкоштовне, абонентська плата складає від 10 грн у рік до 5 – 10 грн у місяць. Банківський платіж в Інтернет-системі коштує 1 – 2 грн, або 0,1 – 0,3 % від суми (у відділеннях банків: 10 – 30 грн за квитанцію, або 0,5 – 1 % від суми). Правда, для перерахування великих сум (у кожного банку свій ліміт) фінструктура може запропонувати користувачеві орендувати носій секретного ключа для електронно-цифрового підпису (простіше кажучи – флешку з певним кодом), щоб забезпечити рахунок від несанкціонованих зломів. Коштує такий носій 200 – 300 грн. Після закінчення терміну дії договору користування Інтернет-банкінгом фінструктура зобов'язується повернути гроші за флешку (таблиця).

Переваги та недоліки вітчизняного Інтернет-банкінгу

Переваги	Недоліки
Цілодобовий доступ до рахунку за умови наявності Інтернету	Ризик стати жертвою комп'ютерних шахраїв
Дешевизна	Складність і заплутаність інтерфейсу
При перерахуванні суми до 80 тис. грн немає необхідності фізичної присутності у відділенні банку	Великі суми (більше 80 тис. грн) можна перерахувати лише у відділенні банку
	Гроші перераховуються тільки упродовж банківського дня

Вітчизняні системи Інтернет-банкінгу зручні ще й тим, що клієнту не потрібно стояти у довгих чергах у відділах, щоб отримати виписку з рахунку або погасити черговий платіж по кредиту.

Але на цьому переваги вітчизняного Інтернет-банкінгу закінчуються. Будь-які міжбанківські платежі (зокрема за допомогою Інтернет-банку) проходять через нацбанківську систему електронних переказів коштів, що не відрізняється швидкістю. (До речі, саме тому банківські платежі в Україні можуть йти по декілька годин, а то і цілу добу.) До того ж, згідно з нормативами НБУ, будь-які перерахування коштів у українській міжбанківській системі можливі тільки протягом банківського дня: з 9.00 до 16.00. Це правило розповсюджується і на Інтернет-банкінг.

Більшість фінансових організацій, що надають послугу інтернет-банкінгу, дозволяють клієнтам тільки перевіряти стан рахунків і рух грошей за ними, а також перераховувати кошти в рамках однієї кредитної установи. Лише деякі фінансові структури (зокрема, Універсал Банк, ОТП Банк, СЕБ Банк, ПриватБанк) надають своїм клієнтам розширений, хоча і неповний набір послуг інтернет-банкінгу: перерахування грошей на рахунки в інших фінансових установах, конвертацію валюти, переказ коштів у системі грошових переказів.

На відміну від більшості європейських країн, в Україні поки немає послуги, що дозволяє клієнтові одночасно управляти рахунками в різних фінансових організаціях, тобто зводити всі свої банківські рахунки в єдину систему.

У Європі широко поширений мультибанкінг, коли фінансові установи об'єднують свої інтернет-системи. Не можуть українці і платити податки за допомогою інтернету, придбавати інвестиційні сертифікати, страховки та інші фінансові продукти. В Україні поки тільки ОТП Банк і СЕБ Банк планують запровадити такий продукт. Обидві фінструктури мають намір торгувати через інтернет-банкінг своїми фінансовими й інвестиційними продуктами: ОТП Банк – від КУА "ОТП Пенсія" і КУА "ОТП Капітал", а СЕБ Банк – від КУА "СЕБ Ессет Менеджмент" і СЕБ "Лайф Юкрейн". Тільки точні терміни впровадження такої послуги поки не оголошені.

Утім, вузький набір послуг у вітчизняному Інтернет-банкінгу – зовсім не головний його недолік. Основна проблема більшості клієнтських Інтернет-систем – це так звані баги (помилки) в них і нелогічна структура платформ. Наприклад, Інтернет-банк може видавати інформацію про стан рахунку із запізненням в один – два дні. Деякі системи Інтернет-банкінгу не стикаються з ОС Windows Vista і Windows 7, а працюють тільки з ранішими версіями Microsoft Windows.

Чому так відбувається? З самого початку 1990-х років ПЗ фінустанов розросталося непослідовно, хаотично: спочатку невеликі банки писали програми з обмеженою кількістю функцій, потім ці банки, що вже підросли, доповнювали свої програми все новими і новими функціями. В результаті у фінустановах сформувалася складна система програмних надбудов, часто мало зв'язаних між собою логічно і функціонально або, навпаки, дублюючих одна одну. Єдині програмні продукти запроваджувалися тільки в банках, створених з нуля іноземними фінструктурами, у яких був відповідний досвід створення і застосування банківського ПЗ.

Нинішні системи Інтернет-банкінгу в Україні часто формуються незалежно від всієї програмної платформи фінансової установи, що і без того володіє досить хаотичною системою програмного забезпечення. Логічно, що в таких умовах безперебійна співпраця всіх систем у банку ускладнена.

Запустити повноцінний Інтернет-банкінг коштує досить дорого. Система дистанційного банківського обслуговування (з доступом до рахунків через інтернет і мобільний телефон, з великою кількістю послуг) коштує відсутні у багатьох банків \$1 млн і більше. При цьому аутсорсингове обслуговування клієнтської Інтернет-системи впродовж двох – трьох років після її запуску часто обходиться фінансовій установі практично в таку ж суму, у скільки обійшлося написання самої програми.

Тому банки, якщо і відкривають Інтернет-банкінг, то в основному з базовим набором послуг. Такий продукт коштує не так уже дорого – приблизно від \$100 тис. А якщо привертати до розробки ПЗ не зовнішніх, а своїх фахівців, то він обійдеться і зовсім в \$50 – 60 тис. До речі, саме так більшість банків і робить. І тоді програми пишуться недосконало. Адже штатним програмістам доводиться не тільки розробляти складний продукт, але і стежити за функціонуванням решти систем фінустанови. Крім того, як правило, співробітники ІТ-відділів не мають відповідного досвіду в написанні програм для Інтернет-банкінгу.

За словами фінансистів, Інтернет-банкінг має сенс запускати, тільки якщо кількість потенційних користувачів такої системи перевищує 10 тис. чоловік. Тоді витрати на створення і запуск продукту в найближчі два – три роки повернуться. Але такою обширною клієнтською базою можуть похвалитися лише крупні установи. Не дарма старожилами Інтернет-банкінгу є фінансові структури, що входять у десятку найбільших, – ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль, Укрексімбанк.

Утім, розробники ПЗ все одно вважають, що ще рік – півтора (коли банківська система почне заробляти свої перші після кризи прибутки) фінансові організації почнуть масово запроваджувати



послугу Інтернет-банкінгу. Адже кожна операція в такій системі обходиться в два – три рази дешевше, ніж у банківському відділенні [4].

Таким чином, проаналізувавши ситуацію на туристичному та фінансовому ринку України, можна створити зразковий проект ідеальної системи бронювання. Вона повинна задовольняти таким вимогам:

1. Зручний інтерфейс, щоб клієнт міг швидко зорієнтуватися на сторінці.

2. Можливість бронювання окремих сегментів туру.

3. При бронюванні номера в готелі одноразово на екран повинна виводитися тільки найнеобхідніша інформація. На погляд автора, це повинна бути карта готелю, тобто перелік всіх номерів, стан заселеності. Залежно від стану гостьової кімнати відповідний їй рядок повинен забарвлюватися в заданий колір, наприклад, зайнятий номер відображається червоним кольором, заброньований – жовтим, вільний – зеленим, знятий з продажу – перекресленим шрифтом; після збереження броні строчка відповідної гостьової кімнати набуває заданого забарвлення. Можна передбачити функцію, за якою система рахує, за скільки днів до передбачуваного в'їзду відбулося бронювання, і привласнює цій броні певний коефіцієнт знижки. При заселенні клієнта базова ціна номера помножується на цей коефіцієнт, і виходить кінцева ціна під конкретного клієнта.

4. При бронюванні автобусного туру, використовуючи он-лайн-бронювання, необхідно показати точний маршрут руху і, найголовніше, реальне завантаження транспортного засобу – які місця зайняті, які вільні, хто буде сусідом.

Таким чином, завдяки єдиній системі бронювання в Україні можна досягти:

збільшення кількості туристів на внутрішньому ринку;

повної автоматизації обробки запитів на бронювання, включаючи обробку запитів у реальному часі;

повної автоматизації обробки даних, що містять інформацію про наявність місць і ціни в готелях;

простого і швидкого підключення нового готелю відразу до всіх глобальних систем бронювання, без складнощів і високої вартості, пов'язаних з прямим підключенням до GDS;

простого, інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу для користувачів системи;

розширених можливостей системного адміністрування, моніторингу стану системи, реєстру

(внеску у журнал логів) системних подій і повідомлення про нештатні ситуації.

Також дуже важливо доводити до відома споживачів усі переваги єдиної національної системи бронювання.

Наук. керівн. Дехтяр Н. А.

Література: 1. www.podrobnosti.ua. 2. www.kontrakty.ua. 3. www.elib.crimea.edu. 4. www.tryget.ru.

Плешишцова М. В.

УДК [339.13.017.338.48] (477.54)

Студент 3 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ Г. ХАРЬКОВА

Анотация. Рассмотрены тенденции формирования спроса на туристические услуги на рынке г. Харькова, на основе анкетирования выявлены основные предпочтения различных групп потребителей и приведены соответствующие рекомендации.

Анотація. Розглянуто тенденції формування попиту на туристичні послуги м. Харкова, на основі анкетування було виявлено основні вподобання різних груп споживачів та наведені відповідні рекомендації.

Annotation. The tendencies of making demand on Kharkov market of tourist services are studied. The main preferences of different consumer groups that were based on questioning were explored. Also appropriate recommendations were made.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, туристические направления, виды отдыха.

У кожного громадянина України є свої предпочтения (на примере г. Харькова) в виборі туристического направления в зависимости от рода занятий, уровня дохода, а также вида отдыха и качества, представленных на рынке, туристических услуг, сопоставить влияние данных

© Плешишцова М. В., 2010

показателей на развитие внутреннего и выездного туризма. Результаты исследования основываются на данных, полученных при проведении анкетирования.

Изучением туристического рынка Украины, тенденций его развития, а также предпочтений туристов при выборе места отдыха занимались многие исследователи, среди них наибольший интерес представляют работы О. А. Любичевой, М. Б. Биржакова, Т. Н. Одинцовой, Б. В. Емельянова.

Национальный рынок туристических услуг является ключевым в общественно-географическом исследовании туризма, который определяется его внешними и внутренними функциями. Именно развитие внутреннего рынка обеспечивает выполнение внешней функции, определяет специализацию и участие в мировом туристическом процессе. Поэтому методика исследования национального туристического рынка должна воспроизводить всю сложность и многоаспектность его функционирования как в сфере международного, так и внутреннего туризма [1]. В связи с этим респондентам были заданы вопросы, ответы на которые смогли проиллюстрировать реальное отношение украинцев к отдыху в пределах страны и за ее границами.

Общее количество респондентов составило 300 человек (анкетирование проводилось среди жителей г. Харькова). Участники анкетирования были распределены на три категории (по 100 человек каждая): студенты как один из основных сегментов потребителей через 5 – 10 лет (ХНУ, ХНУРЭ, ХПИ), "туристы" (респонденты, которые были опрошены непосредственно в туристических агентствах города) и так называемые "потенциальные туристы" (респонденты, которые были опрошены вне туристических предприятий). Отличие последних двух групп в том, что первые изначально являются постоянными участниками организованных поездок, а вторые обращаются к услугам турфирм гораздо реже, но тем не менее хотели бы путешествовать. Возрастное распределение внутри каждой из групп следующее:

Среди "туристов" в основном представлена молодежь (респонденты в возрасте до 25 лет – 42 %, 26 – 35 лет – 19 %), что свидетельствует о преобладании данной возрастной группы в туристических поездках. Четверть опрошенных – это респонденты в возрасте от 36 до 50 лет (25 %), 19 % от общего количества пришлось на респондентов в возрасте 51 – 60 лет. Возрастная структура "потенциальных туристов" немного отличается: здесь 37 % составляют респонденты в возрасте 36 – 50 лет, 22 % – в возрасте до 25 лет и, почти поровну, респонденты в возрасте 51 – 60 лет и 26 – 35 лет (19 % и 18 % соответственно).

Результаты исследования показали, что туристов, которых опрашивали менеджеры туристических агентств, в большинстве (62 %) привлекает отдых только за рубежом, 14 % респондентов заинтересованы как в зарубежном отдыхе, так и в отдыхе на Украине. Предпочтения "потенциальных туристов" отдыхать на украинских или зарубежных курортах распределились практически равномерно – 49 % и 45 % соответственно, только 6 % харьковчан привлекает отдых и в Украине, и за рубежом. Что же касается студентов, то они, как и группа "туристы", больше заинтересованы в зарубежном отдыхе: 54 % респондентов интересуется только отдых за рубежом, 9 % – в Украине и за рубежом.

Данная тенденция объясняется сопоставлением цен на туристические путевки с доходами населения. В период кризиса 2008 – 2009 гг. расходы населения на предметы первой необходимости возросли, что привело к снижению частоты туристических поездок среднеобеспеченных слоев населения.

Сумма, которую харьковчане готовы потратить на свой отдых, колеблется от 2 000 грн до 10 000 грн. Средний уровень расходов на туристические поездки респондентов из группы "туристы" представлены на рис. 1.

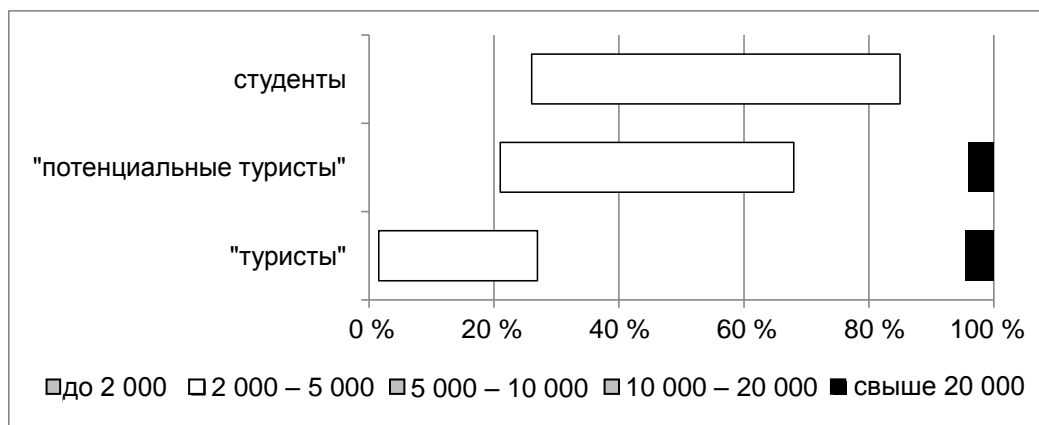


Рис. 1. Средний диапазон расходов на отдых

Так, 38 % среди опрошенных туристов на свой отдых и путешествия готовы потратить от 5 000 грн до 10 000 грн, 33 % – от 2 000 грн до 5 000 грн. Эта группа респондентов как раз и формирует ту долю туристов, которые предпочитают отдыхать за границей, либо в Украине и за рубежом. И только 6 % респондентов среди группы "туристы" готовы потратить на свой отдых свыше 20 000 грн.

Что касается "потенциальных туристов", то около половины опрошенных (47 %) готовы потратить на свой отдых от 2 000 грн до 5 000 грн. Почти одинаковые доли составляют респонденты,



которые готовы потратить на отдых меньше 2 000 грн и респонденты, рассчитывающие отдохнуть на сумму 5 000 грн – 10 000 грн (21 % и 23 % соответственно). Таким образом, доля "потенциальных туристов", которые отдыхают преимущественно в Украине, составила около 70 % респондентов.

Студенты – это как раз та часть населения, которая пока еще не имеет своего постоянного дохода и поэтому чаще всего сориентирована на отдых в Украине, то есть на внутренний туризм. Этим и объясняются полученные результаты: 85 % респондентов готовы заплатить за свой отдых не более 5 000 грн, также ни один из опрошенных студентов не готов потратить на путешествие свыше 20 000 грн.

При выборе места отдыха респонденты в основном обращали внимание на стоимость тура, доступность информации о курорте, руководствовались советами знакомых, а также брали во внимание возможность интересно провести досуг.

Исходя из доходов и желания харьковчан отдохнуть в Украине или за рубежом, было также определено, что за границу 2 – 3 раза в год выезжает 33 % "туристов", 9 % "потенциальных туристов" и 4 % студентов. Более 3 раз в год путешествуют 8 % туристов, 8 % "потенциальных туристов" и 4 % студентов. Раз в год туристические поездки совершают 33 % "туристов", 33 % "потенциальных туристов" и 28 % студентов. Вообще никогда не выезжали за границу 7 % туристов, 32 % "потенциальных туристов" и 51 % студентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень доходов населения не дает возможности харьковчанам пополнять ряды выезжающих из Украины туристов. Конечно же, на данную ситуацию также влияет и ряд других факторов, таких, как недостаточное информационное обеспечение студентов о специальных молодежных программах выезда за рубеж, недоверие к работе туристических фирм, сложности в оформлении виз, длительный период оформления заграничного паспорта и др. С другой стороны, данные результаты могут считаться положительными для планирования развития внутреннего туризма, так как большая часть населения остается на территории Украины на время своего отпуска, каникул, выходных дней. Данная тенденция должна стимулировать украинские курорты к развитию мощного внутреннего туристического рынка с высоким уровнем качества предлагаемых услуг, но с учетом уровня доходов населения.

Говоря о развитии внутреннего туризма, также необходимо отметить, что путешествуют по Украине более 3 раз в год с целью отдыха 17 % туристов, 17 % "потенциальных туристов" и 24 % студентов; 2 – 3 раза в год – 41 % туристов, 28 % "потенциальных туристов" и 25 % студентов; раз в год – 22 % туристов, 35 % "потенциальных туристов" и 41 % студентов. Таким образом, основную часть путешествующих по Украине составляют студенты. Это объясняется тем, что у студентов больше свободного времени, они более мобильны и менее требовательны к качеству предоставляемых услуг.

Все виды предложений на туристском рынке должны быть сориентированы на конкретного потребителя, на его пожелания, вкусы и цели путешествия.

Вкусы у людей могут быть разнообразными. Это зависит от их материального положения, образа жизни, возраста, состава семьи и многих других факторов. Цели путешествия у разных людей также разные: кто-то едет отдохнуть у воды, кому-то хочется заняться на досуге спортом или изучением английского языка, кто-то интересуется экскурсиями и музеями, а кому-то требуются только развлечения [2]. В ходе исследования были определены наиболее востребованные виды отдыха харьковчан. Результаты опроса представлены на рис. 2.

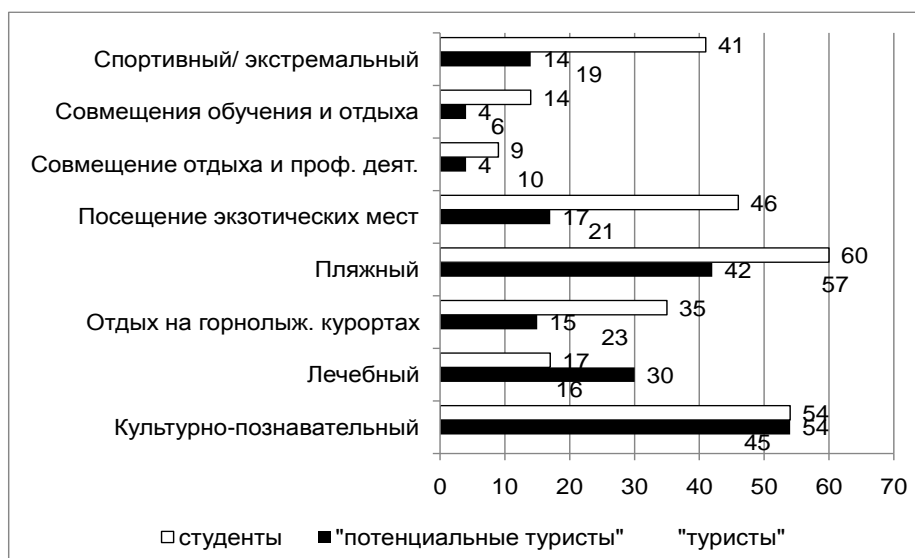


Рис. 2. Предпочтения респондентов по видам отдыха, %

В группе "туристы" наибольший интерес был проявлен к пляжному и культурно-познавательному видам туризма. Студенты также предпочли данные виды отдыха среди всех остальных: 60 % студентов привлекает пляжный отдых и 54 % – культурно-познавательный. Необходимо отметить, что достаточно большой интерес был проявлен у студентов к спортивно-экстремальным видам туризма и посещению экзотических мест (41 и 46 % респондентов соответственно). Среди "потенциальных туристов" тенденция наблюдается немного иная: на первом месте находится культурно-познавательный туризм, далее пляжный, а вот третье место занимает лечебный туризм.

По прогнозам ВТО, в XXI веке ожидается туристический бум: количество путешествующих в мире к 2020 году возрастет до 1,6 млрд человек в год, а доходы от туризма к 2020 году увеличатся до 2 000 млрд. долларов США. Предполагается, что при ежегодном росте на 8 % количество туристических прибытий в Китай достигнет к 2020 году 137,1 млн человек. Вторым по популярности туристическим направлением станут США (102,4 млн), далее – Франция (93,3 млн), Испания (71,0 млн), Гонконг (59,3 млн) [3]. Для проверки популярности данных стран среди украинских респондентов в ходе исследования был задан вопрос о предпочтениях в выборе страны для отдыха (рис. 3).

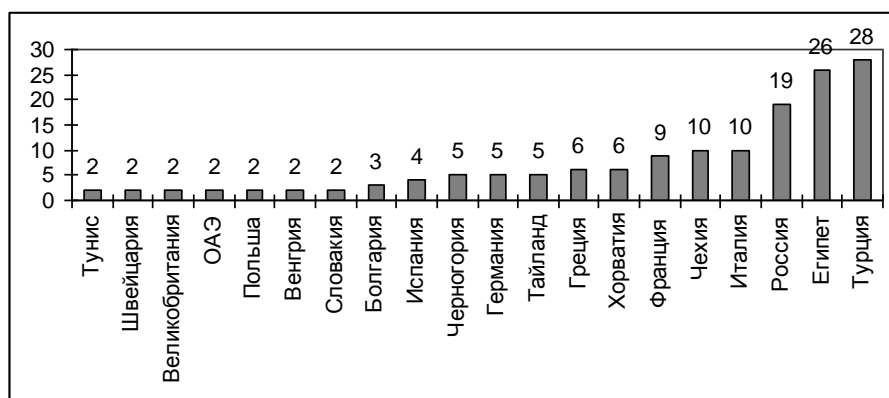


Рис. 3. Предпочтения группы туристов по странам, %

Как видно из диаграммы, наиболее часто харьковчане отдыхают в таких странах, как Турция, Египет (часто по "горящим путёвкам"), Россия, Италия, Чехия. Это объясняется тем, что поездки в данные страны не требуют долгого времени оформления документов (за исключением Италии), а также доступностью туристических услуг. Говоря о странах, которые хотели бы посетить туристы, можно выделить следующие: Испания (12 %), Россия (19 %), Италия (11 %), Франция (15 %), Австрия (10 %). Таким образом, наиболее интересной для наших туристов остаётся Европа, так как ещё немногие жители города побывали за границей.

Среди студентов ситуация аналогична: на первом месте по посещениям – Турция (17 %), далее Россия (10 %), Египет (6 %) и Греция (5%). Результаты показаны на рис. 4.

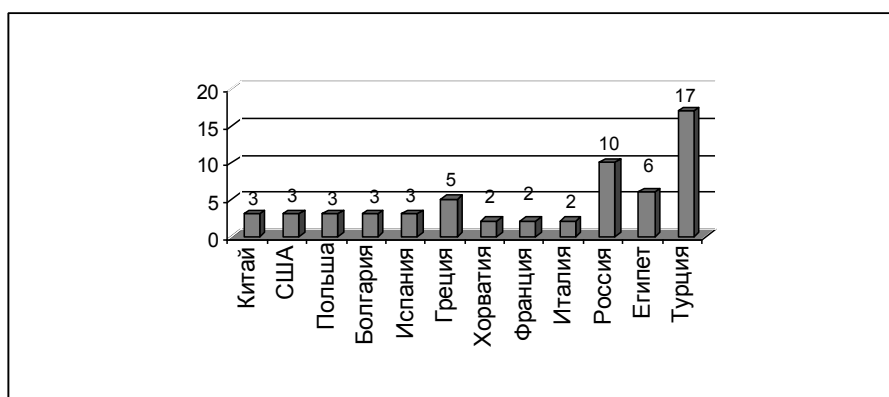


Рис. 4. Предпочтения группы студентов по странам, %

На вопрос "Какие страны Вы желали бы посетить?" третья часть студентов ответили, что Францию. Также большое количество респондентов данной группы выбрали Италию (28 %), Великобританию (18 %), Египет (16 %), Испанию (15 %), Германию (14 %), США (14 %). Также среди студентов проявляется интерес и к таким экзотическим для массового украинского туристического рынка странам, как Ирландия, Индия, Аргентина, Бразилия, ОАЭ, Норвегия, Таиланд, Япония.

Что касается "потенциальных туристов", то они предпочитают отдыхать в Турции (18 %), Египте (10 %), России (8 %), Чехии (6 %). Результаты показаны на рис. 5.

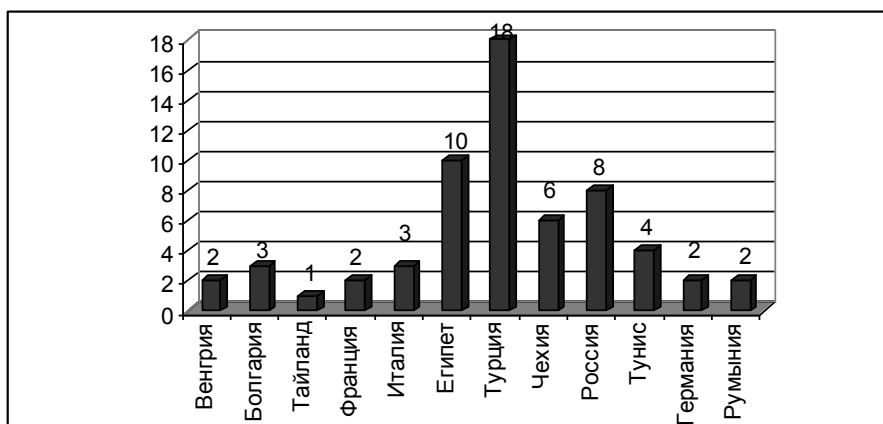


Рис. 5. Предпочтения группы "потенциальных туристов" по странам, %

При выборе места отдыха наиболее важным для большинства респондентов (49 %) оказался подбор предложений в соответствии с их интересами. Второе и третье место по важности занимают цена тура (40 %) и возможность интересно провести досуг (38 %), а также качество предоставляемых туристических услуг (37 %). Наименее важной для респондентов (10 %) оказалась доступность информации. Это, скорее всего, является результатом того, что небольшое количество респондентов выезжали за границу, а внутри страны совершали поездки по совету знакомых и друзей. Результаты опроса представлены на рис. 6.

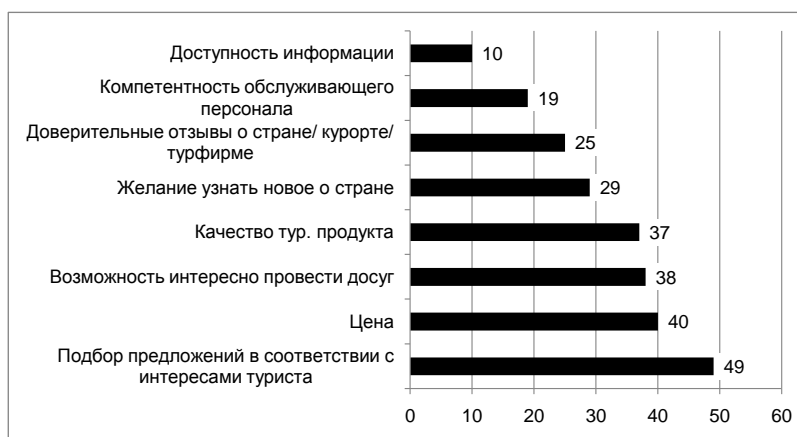


Рис. 6. Предпочтения респондентов при выборе тура, %

Рассматривая внутренний туристический рынок Украины, необходимо отметить, что большинство харьковчан отдыхают на курортах Крыма, а желают посетить области Западной Украины и курортные зоны Карпат. Наиболее посещаемые категорией "туристы" курортные города Украины следующие: Ялта, Одесса, Алушта, Бердянск, а желаемыми в плане отдыха являются Запорожье, Чернигов, Киев, Львов, Ужгород. Для студентов наиболее привлекательными являются: Ялта, Феодосия, Ужгород, Алушта и курорт "Буковель". А вот побывать бы они хотели во Львове, Закарпатской области, Полтаве, Одессе, Умани и даже Чернобыле. "Потенциальные туристы" в основном отдыхают в Евпатории, Ялте, Феодосии, Севастополе и проявляют желание посетить Закарпатскую область, Львов, Одессу, Киев и Черновцы.

Стратегической целью развития туристической индустрии в Украине можно определить создание конкурентоспособного на мировом рынке туристического продукта, способного максимально удовлетворить туристические потребности населения страны, обеспечить на этой основе комплексное развитие территорий и их социально-экономических интересов при сохранении экологического равновесия и историко-культурного окружающей среды. Программа действий, ориентированная на достижение этой цели, должна быть синхронизированной с общими темпами становления рыночных механизмов и соотносимой с политикой структурных реформ в экономике. Она должна также учитывать накопленный опыт развития туризма в мире, что создает благоприятные условия доработки и разработки соответствующей нормативно-правовой базы туризма [4].

Таким образом, в результате проведенного анкетирования удалось выяснить, что туристический рынок г. Харькова пока еще нельзя назвать насыщенным. Причинами этого, как показали результаты анкетирования, являются: недостаточное развитая туристическая инфраструктура горо-



да, неполная осведомленность потенциальных потребителей о предлагаемом туристическом продукте, а также низкие доходы населения, которые не позволяют харьковчанам выезжать за рубеж. С другой стороны, последний факт должен активизировать использование внутреннего туристического потенциала страны и города для удовлетворения потребностей населения в отдыхе. По мнению автора, данная тенденция должна быть определяющей, так как Украина, и в частности Харьков, должны быть готовы к встрече иностранных туристов на период проведения Евро 2012.

Научн. рук. Дехтярь Н. А.

Литература: 1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2006. – 430 с. 2. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма : учебн. для вузов. / В. А. Квартальнов – М. : Финансы и статистика, 2003. – 671 с. 3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с. 4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.

УДК 005.591.43(477)

Кляшов А. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Аннотація. Розглянуто позитивні та негативні сторони такої форми підприємництва, як франчайзинг, а також проблеми її розвитку в Україні.

Анотация. Рассмотрено положительные и отрицательные стороны такой формы предпринимательства, как франчайзинг, а также проблемы ее развития в Украине.

Annotation. The positive and negative sides of form of enterprise as franchising, and also problems of its development in Ukraine.

Ключевые слова: франчайзинг, бизнес, рынок продукции.

Франчайзинг – это форма предпринимательства, основанная на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, при которых одна сторона (франчайзер) предоставляет возмездное право действовать от своего имени (реализовывать товары) другой стороне (франчайзи), способствуя тем самым ускорению продвижения на рынке продукции, в первую очередь, инновационной [1].

Франчайзинг является высокодоходным и рентабельным бизнесом на Украине. Данная форма предпринимательства является экономически выгодным для государства. Ведь этот бизнес создает новые рабочие места, способствует эффективному функционированию государства. Количество персонала, работающего у франчайзеров в первом квартале 2009 г., составляет более 200 тыс. чел. Растет заинтересованность в развитии бизнеса по франчайзингу у предпринимателей. Об этом свидетельствует статистика компании "Alliance Capital Management". Ведь в 2008 г. в компанию поступило 523 запроса на покупку франшизы, а в 2009 г. таких запросов было 2000. Данная статистика говорит о быстром развитии рынка франчайзинга и его прибыльности. Также это свидетельствует о том, что финансовый кризис способствует развитию франчайзинга, так как большинство людей оказались безработными, но при этом имели денежные сбережения, стали активно интересоваться возможностями создания собственного дела с минимальными рисками [2].

По данным исследования, в Украине есть немало отраслей, которые в перспективе будут действовать на условиях франчайзинга. Ведь на рынке во многих отраслях экономики сегодня присутствует очень низкая конкуренция, но они являются прибыльными и находятся на стадии становления в Украине.

Изучением теории франчайзинга, проблемами его развития занимаются иностранные ученые: Ж. Дельта, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, а также отечественные: Ковальчук Н. А., Широкова Н. М., Шкромада В. В., Кошелям Е. Г., Ляшенко В. И. и др.

Для того чтобы решиться начать франчайзинговый бизнес в Украине, как и любой другой, следует четко уяснить все положительные и отрицательные стороны такого вида деятельности.

Одной из проблем является банальная неосведомленность украинских предпринимателей с основными принципами ведения бизнеса на условиях франчайзинга. Возникает непонимание разницы развития филиальной сети и сети франчайзинга и их принципиальные отличия.

Существует проблема соблюдения компанией-франчайзи стандартов системы франчайзера. Последнему предстоит определить, насколько строгим должно быть единообразие в деятельности всех компаний системы, возможно, в некоторых случаях требования следует смягчить, чтобы не утра-



тить лояльности клиентуры. Ведь со стороны клиентов отношение меняется не только к конкретному предприятию, но и ко всей марке.

Франчайзинг в Украине не получил широкого распространения, хотя потенциальные возможности внедрения его достаточно широки. Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в нашей стране можно классифицировать по причинам их возникновения.

Экономические проблемы. Франчайзинг – экономический инструмент, и для его внедрения необходимы соответствующие экономические предпосылки, которые в Украине не сформировались либо вообще, либо частично. К данным проблемам можно отнести:

- нестабильность развития экономики Украины. Франчайзинговые схемы требуют стабильности и предсказуемости экономики;
- отсутствие у большинства предпринимателей – потенциальных франчайзи – необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему;

- сложность получения кредитов для создания стартового капитала.

Организационно-правовые проблемы. В Украине сдерживание развития франчайзинга происходит прежде всего в правовой сфере. Основные проблемы здесь связаны с практически полным отсутствием правового обеспечения франчайзинга в Украине.

Социально-психологические проблемы, среди которых выделяют:

- отсутствие отечественного опыта и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы – франчайзера и франчайзи;
- отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности;
- боязнь франчайзи потерять самостоятельность и собственное "лицо" предпринимателя и менеджера.

Особое место среди проблем франчайзинга занимает образование как механизм разрешения социально-психологических проблем. Эта проблема вызвана слабой подготовкой представителей малого бизнеса в сфере франчайзинга [3].

Рассмотренные проблемы нельзя анализировать изолированно, они тесно связаны и оказывают серьезное влияние друг на друга. Так, экономические проблемы франчайзинга вызваны не только состоянием экономики, но и влиянием других проблем, в первую очередь организационно-правовых. Развитие правового обеспечения франчайзинга требует опять-таки решения экономических проблем и дополнительных издержек на совершенствование правовой базы и разработку "обходных" правовых схем. Социально-психологические проблемы связаны как с экономическими проблемами, так и с правовыми. Входя во франчайзинговую систему, франчайзи испытывает ряд опасений, вызванных как экономическими, так и правовыми аспектами. В первую очередь он опасается банкротства, которое может быть вызвано действиями франчайзера [4].

Основные проблемы франчайзинга в Украине в настоящее время концентрируются в области права. Например, в США только на федеральном уровне создано около сотни законов, которые так или иначе касаются франчайзинга, в то время как на Украине отсутствует даже закон о франчайзинге. В Украине в 2008 – 2009 гг. в законодательной базе франчайзинга не произошло никаких изменений. По мнению экспертов, для франчайзинга должно быть очень жестко прописано законодательство. Основные проблемы — лицензионные договоры на использование торговой марки, а также договоры на поставки. Это важный аспект любой франчайзинговой работы — тесная связь этих двух инструментов: использования бренда и поставок [5].

Таким образом, решение экономических, организационно-правовых, социально-психологических и образовательных проблем франчайзинга возможно только в комплексе, когда решение одной проблемы связано с необходимостью решения других.

Для решения вышеизложенных проблем следует:

- создать законы о франчайзинге;
- создать орган контроля деятельности рынка франчайзинга;
- создать прозрачность франчайзинговой системы и ее элементов для контролирующих органов;
- необходимо включить системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства;
- создать условия для реальной конкуренции франчайзинговых систем с традиционно сложившимися механизмами реализации товаров;
- предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета, а также лицензирования.

Мировая практика доказала, что франчайзинг – один из эффективнейших способов развития бизнеса для фирм уже добившихся успеха и отличная возможность организовать очень надежное собственное дело для начинающего бизнесмена.

Научн. рук. Проскура Е. Ю.

Литература: 1. Стивен Спинелли-мл. Франчайзинг – путь к богатству / Стивен Спинелли-мл. – М. : Вильямс, 2007. – С. 122–150. 2. Рынок франчайзинга. [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.marketing.vc/view_subsects.php?num=316. 3. Сайт о франчайзинге. – Режим доступа : <http://top-franchising.com.ua/docs/>. 4. Дэн Стифф. Продавай больше, используя силу бренда / Стифф Дэн. – М. : Издательский дом Гребенникова, 2009. 5. Ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.franchising.org.ua/franchajzing/zakonodatelnoe-i-normativnoe-regulirovanie.html>. 6. Скотт А. Шейн. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / Скотт А. Шейн. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2006. 7. Каталог франшиз [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.franchise-catalogue.com.ua

ПРОБЛЕМА ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто проблему тіньової економіки в Україні, яка сьогодні набуває особливої актуальності в контексті реформування сучасного українського суспільства.

Аннотация. Рассмотрена проблема теневой экономики в Украине, которая сегодня приобретает особую актуальность в контексте реформирования современного украинского общества.

Annotation. The problem of shadow economy in Ukraine is considered, which today acquires the special actuality in the context of reformation of modern Ukrainian society.

Ключові слова: тіньова економіка, типізація, тіньовий сектор.

Поширення в Україні такого соціально-економічного явища, як тіньова економіка, а також обсяги продукції і фінансових ресурсів, які обертаються в цій сфері, становлять суттєву перешкоду забезпеченню сталого розвитку економіки. Значною проблемою є те, що переважна більшість операцій, які можна віднести до тіньових, потребує значних зусиль органів державної влади.

Метою дослідження статті є визначення основних напрямків подолання тіньової економіки в Україні; визначення сутності тіньової економіки та її причин; аналіз економічних проблем тінізації української економіки; визначення перспективних шляхів зниження рівня тіньової економіки в Україні.

Дану проблему вивчали такі автори: В. Бородюк, Т. Ламанова, В. Попович, М. Олсон, Е. Фейг, Д. Кассел, Г. Беккер. Однак вони по-різному трактують поняття "тіньова економіка" та необхідним є встановлення її особливостей для України.

Тіньова економіка – надзвичайно актуальна та болюча проблема для української економіки. За різними підрахунками тіньовий сектор займає 40 – 60 % економіки України. Тіньовий сектор охопив більшу частину промислового виробництва, особливо паливно-енергетичного комплексу, сільського господарства, приватизації.

Різні автори пропонують власні визначення "тіньової економіки". Так, В. Бородюк [1, с. 137] вважає, що тіньова економіка – це економічна діяльність, яка не враховується і не контролюється офіційними державними органами, а також діяльність, спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства. Тіньова економіка повинна охоплювати весь спектр доходів, отриманих від нерегламентованої державою економічної діяльності, починаючи від доходів дрібних ремісників-кустарів і закінчуючи доходами організованих та індивідуальних злочинців.

Дещо інше трактування пропонує Ламанова Т. Тіньова економіка, на її думку, – це сукупність відносин між окремими індивідуумами, групами індивідуумів, індивідуумами та інституційними одиницями, окремими інституційними одиницями щодо виробництва, розподілу, перерозподілу, обміну та споживання матеріальних благ і послуг, результати яких з тих чи інших причин не враховує офіційна статистика та обсяг якої не включається до макроекономічних показників [2, с. 206].

Ці автори чітко і правильно сформулювали визначення поняття "тіньова економіка", але вони трактують його з економічної точки зору.

Якщо ж "тіньову" економіку розглядати як економічну категорію, то можна зупинитись на її визначенні як сукупності специфічних економічних відносин, пов'язаних з діяльністю по виробництву, розподілу, обміну і споживанню товарів і послуг, прихованих від державного контролю з метою одержання доходів та особистого збагачення.

З ідентифікацією реальних причин тінізації економіки безпосередньо пов'язується таке ключове поняття, як механізми одержання тіньових прибутків. Найбільш поширеними серед них на сьогодні є: приховання прибутків від оподаткування; незаконні конвертаційні операції, переказ у готівку безготівкових коштів; тіньовий обмін валюти; нелегальний експорт капіталу, неповернення валютних коштів, які незаконно зберігаються за кордоном; протиправні фінансово-банківські операції і шахрайство з фінансовими ресурсами; нецільове використання бюджетних коштів; спекулятивні операції з цінними паперами; шахрайська діяльність страхових, інвестиційних компаній і комерційних банків та ін.

Чинниками, які зумовлюють збільшення тіньових операцій, є: недосконалість правового регулювання економічної сфери; знецінення обігового капіталу в результаті інфляції; штучність курсу національної грошової одиниці і жорсткі грошово-кредитні відносини; фіскальний характер податкової політики; нерозвиненість фондового і страхового ринків; негативне зовнішньоторговельне сальдо і нелегальний переказ валютних коштів за кордон та ін [3, с. 36–44].



Основним шляхом зниження тінізації повинно стати удосконалення системи оподаткування підприємницької діяльності. Також необхідно розробити державну програму зниження тінізації економіки України, в якій обґрунтувати мету, завдання державних адміністративних установ з вирішення проблеми, форм і методів їх досягнення, а також механізмів їх реалізації, в тому числі і фінансового забезпечення. Ця програма має виконати такі заходи:

1. Створення умов для легалізації тінювих структур.
2. Зниження податкового тиску, захист інтересів підприємців.
3. Стимулювання підприємницької діяльності, підтримка пріоритетних напрямків.
4. Застосування жорстких адміністративних і каральних заходів щодо зниження кримінальних видів підприємництва.
5. Усунення державних корумпованих структур на всіх рівнях влади.

Таким чином, державна програма щодо зниження тінізації української економіки повинна формуватися на багатокритеріальній основі. Механізми зниження тінювої економіки повинні будуватись з урахуванням позитивних і негативних результатів її впливу на населення та національну економіку.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Кужель О. Корупція і розвиток малого бізнесу / О. Кужель // Економіка і прогнозування. – 2002. – № 2. – С. 250. 2. Державна програма детінізації економіки на 2001 – 2004 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gdo.kilo.ua>. 3. Базилевич В. Методичні аспекти оцінки масштабів тінювої економіки / В. Базилевич, І. Мазур // Економіка України. – 2004. – № 8. – С. 36–44. – (Упр. економікою: теорія та практика).

Тризна В. В.

УДК 005.915

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РОЛЬ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Досліджено роль управління витратами у забезпеченні ефективної діяльності підприємства.

Анотация. Рассмотрена роль управления затратами в обеспечении эффективной деятельности предприятия.

Annotation. The role of the management of expenses in the ensuring effective activity of the enterprise were investigated.

Ключові слова: управління витратами, витрати, ресурсозберігання.

У сучасних умовах перед вітчизняними підприємствами гостріше постає проблема ефективного управління витратами на матеріально-технічне забезпечення. Уміння в періоди погіршення кон'юнктури планомірно і раціонально скорочувати витрати підвищує шанси на виживання. З іншого боку, за сприятливих економічних умов важливим завданням стає оптимальний розподіл ресурсів між поточною та інвестиційною діяльністю. Все це можливо за умов продуманої системи управління витратами.

З огляду на це метою даної статті є економічне обґрунтування ролі управління та планування витрат підприємства для менеджера.

Основні поняття і процедури в системі управління витратами виділяються за трьома основними напрямками: планування витрат; облік і контроль витрат; коригування процесу формування витрат [1].

У широкому сенсі питання планування та управління витратами досліджували вчені: Е. Уткін, Е. Мандрикова, Бутинець Ф. Ф., Юровський Б. С.

Планування витрат має на увазі такі дії: складання класифікації витрат; визначення норм витрат ресурсів, виходячи з планованого обсягу випуску продукції і необхідності підтримки оптимального режиму роботи технологічного устаткування; розрахунок вартості витрат на основі даних про планові витрати ресурсів і існуючих цін на відповідні види ресурсів; визначення умов, за яких можлива і доцільна економія ресурсів або допустима перевитрата ресурсів порівняно з нормами; складання програми ресурсозберігання; складання плану-кошторису на вибраному горизонті планування. Класифікувати витрати за статтями – означає розбити їх на групи за тією або іншою ознакою однорідності [2].

Наступним кроком у плануванні витрат повинна стати розробка норм і нормативів витрачання ресурсів, виходячи з планових завдань по виробництву продукції та необхідності нормального функціо-

© Тризна В. В., 2010



нування технологічного устаткування. Розрахунок вартості витрат в плановому періоді стає можливим, коли на основі плану випуску продукції, норм і нормативів витрачання ресурсів отримані дані про необхідне використання ресурсів. На рівні підрозділів повинна розроблятися програма ресурсозберігання. Початковою її точкою стає питання, що вважати за можливу і доцільну економію ресурсів. Основним принципом ресурсоекономії є скорочення втрат у ході здійснення технологічної операції або підвищення ефективності використання ресурсу. Бажаним варіантом планування витрат є складання двох кошторисів: першого – на основі завдань, що діють, по виробництву продукції і прийнятих норм та нормативів; другого – з коригуванням першого кошторису на основі програми ресурсозберігання. В цьому випадку ефект економії перевіряється і, як наслідок, виникає можливість у міру реалізації програми ресурсозберігання мотивувати її авторів [2].

Корегування бюджету витрат переслідує три основних цілі: підтримка відповідності між фактичною витратою ресурсів і їх нормативно-плановими витратами; досягнення економії за рахунок зниження витрати ресурсів порівняно з нормативною витратою без зниження корисного ефекту витрат; приведення обсягу і графіка витрачання ресурсів у відповідність з виробничими і фінансовими можливостями підприємства, що змінюються. Всі три цілі повинні постійно перебувати в полі зору особи, відповідальної за управління витратами, тобто менеджера по витратах.

Отже, відсутність системи оперативного контролю та управління витратами ускладнює оцінку роботи підрозділів у плані ресурсозберігання. Тому стимується і розвиток системи мотивації для досягнення кінцевого результату. Управління та планування виробничих витрат є лише однією з частин структури управління будь-якого підприємства, тому вони повинні бути організовані таким чином, щоб відповідати потребам ефективного прийняття управлінських рішень.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч. посібн. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 656 с. 2. Шегда А. В. Економіка підприємства : навч. посібн. / А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко. – К. : Знання-Прес, 2001.

УДК 336.221.4 (477)

Балашова О. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто важливість для будь-якої країни мати ефективно діючу податкову систему, а саме необхідність її реформування в Україні за допомогою прийняття Податкового кодексу. Також визначено основні перешкоди на цьому шляху, що виникають у зв'язку з нерівномірним розподіленням тягаря фінансування суспільних витрат між різними категоріями й групами платників податків.

Аннотация. Рассмотрено важность для любой страны иметь эффективно действующую налоговую систему, а именно необходимость ее реформирования в Украине с помощью принятия Налогового кодекса. Также определены основные препятствия на этом пути, которые возникают в связи с неравномерным распределением бремени финансирования общественных затрат между разными категориями и группами налогоплательщиков.

Annotation. An importance for any country to have the effectively operating tax system, exactly the necessity of its reformation for Ukraine by acceptance of the Internal revenue code are studied. Basic obstacles on this way, which arise up in connection with the uneven distributing of weight of financings of public expenses between different categories and groups of taxpayers, are also considered.

Ключові слова: податкова адміністрація, фінансова служба, реформування бухгалтерського обліку.

Податкова система будь-якої країни відображає особливості організації й функціонування її господарства. Після здобуття державної незалежності й вибору курсу на побудову соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу в Україні необхідно було сформулювати нову систему

© Балашова О. С., 2010



державних доходів, яка базується на інших принципах, ніж у минулій централізованій плановій економіці. Це була дуже складна проблема, оскільки, з одного боку, був відсутній практичний досвід вирішення подібних завдань, а, з іншого боку, інститут державних доходів є дуже інерційним і його не можна перебудувати враз. Окрім створення нового податкового, а також пов'язаного з ним господарського законодавства, було потрібно вирішити ряд важливих організаційно-технічних питань, пов'язаних з формуванням й навчанням податкової адміністрації, перепідготовкою робітників фінансових служб підприємств, реформуванням бухгалтерського обліку, роз'ясненням нових правил взаємовідносин фіскальних органів й платників податків і т. п. [1].

Як економічна форма та важливий регулятор взаємовідносин між підприємницькими структурами, громадянами, з одного боку, та державою – з іншого, податкова система в ринкових умовах стає, по суті, єдиним гнучким засобом державного впливу на підприємницьку діяльність і контролю за формуванням і розподілом фінансових результатів суб'єктів господарювання [2].

Актуальність теми полягає в тому, що поглиблення економічної та загострення останнім часом фінансової кризи в Україні обумовлене, певною мірою, відсутністю ефективної податкової політики, науково обґрунтованої концепції та методів і механізмів реформування податкової системи в умовах перехідного періоду.

Необхідність реформування податкової системи назріла в часі і з розумінням сприймається як вищим державним керівництвом, так і суб'єктами підприємницької діяльності. Цю позицію підтримують і вчені. Протиріччя та дискусії виникають головним чином у підходах до вирішення цієї проблеми, що затримує її розв'язання та негативно впливає на соціально-економічну ситуацію в державі і на весь бюджетний процес.

Значний внесок у розвиток теоретичних проблем формування та функціонування механізму державного регулювання економіки, а також податкової системи як основного його засобу в умовах переходу від централізовано керованої до ринкової економіки належить українським ученим: О. Амоші, В. Гейцю, В. Голікову, М. Дем'яненку, І. Кириленку, А. Крисоватому, І. Лукінову, І. Луїній, В. Мамутову, С. Онишко, В. Опаріну, Б. Панасюку, А. Савченку, В. Симоненку, М. Чумаченку, Л. Шаблістій.

Керівна роль держави у реформуванні податкової системи обумовлена необхідністю спрямування цього процесу в заданому напрямі та втілення в життя стратегії економічної політики, яка повинна ґрунтуватися на принципах демократії, здорового цивілізованого підприємництва та конкуренції, входження суверенної України в систему міжнародних господарських зв'язків тощо.

До теперішнього часу в Україні не вирішено ряд питань організаційного забезпечення функціонування податкової системи, відсутній порядок введення в дію та зміни законів про оподаткування, які б захищали права та інтереси платників. Однією з причин цього є відсутність в Україні Податкового кодексу, який має відігравати роль системоутворюючого чинника податкового законодавства. Саме Податковий кодекс має сформувати нову ідеологію оподаткування, забезпечити комплексний підхід у регулюванні податкових відносин, усунути недосконалість та неузгодженість податкового законодавства, забезпечити єдину і відносно стабільну законодавчу базу оподаткування, узгодити ставки податків з реальними можливостями платників, забезпечити диференційований підхід до оподаткування, усунути невідповідність актів податкового законодавства нормам інших законодавчих актів, забезпечити їх гармонізацію та взаємодію, врахувати інтереси регіонів та узгодити їх з загальнодержавними.

В Україні абсолютні значення податкових доходів, що поступають в розпорядження уряду, дуже низькі (2,2 тис. дол./люд. в Україні порівняно з 10,4 тис. дол./люд. в розвинутих країнах, тобто майже в 5 разів менше) [3]. Якщо взяти до уваги, що саме держава несе основну частину тягаря з фінансування постіндустріальних витрат (вкладення в людський капітал через освіту, охорону здоров'я, науку, культуру), то стає очевидним, що з такими податковими надходженнями забезпечити перехід на інноваційну модель розвитку досить проблематично.

У частині рівня податків в Україні головна проблема полягає не стільки в його непомірно високому розмірі, скільки в багаточисленних й глибоких соціально-економічних деформаціях, що виникають у зв'язку з нерівномірним розподіленням тягаря фінансування суспільних витрат між різними категоріями й групами платників податків. З їх позиції податковий тягар розподілено дуже нерівномірно, оскільки взагалі не роблять офіційних внесків на фінансування державних витрат ті господарчі агенти, які виробляють близько 1/3 реального ВВП, в той час як всі інші вимушені сплачувати податки майже європейського рівня.

Такий дуже нерівномірний розподіл, з одного боку, не може не відзначитися негативно на згоді окремих підприємств і громадян брати участь у фінансуванні державних витрат, а, з іншого боку, стимулює подальше розширення сфери дії різних засобів ухиляння від податків, оскільки чесні платники не можуть витримати конкуренції з тими, хто мінімізує свої податкові зобов'язання.

Податкова система як засіб державного регулювання економічних процесів має стати основним механізмом у вирішенні актуальної проблеми вирівнювання рівнів соціально-економічного розвитку регіонів України. Запровадження диференційованих податкових ставок та системи міжрегіональних бюджетних розрахунків і механізму вирівнювання бюджетної платоспроможності територіальних одиниць сприятиме підвищенню державного впливу на цей процес та реалізації політичної функції податків. Диференціація податкових ставок викликана тією реальною ситуацією, що склалася у виробничій сфері регіонів країни на сучасному етапі розвитку, який характеризується кризовим станом галузей, нерівномірним розподілом продуктивних сил по регіонах країни та рівнем їх розвитку, а отже, і нерівномірністю доходів громадян та відмінністю умов життя населення в регіонах України.

Водночас диференціація податкових ставок по регіонах не повинна вплинути на загальний обсяг податкових надходжень по країні, розрахований за середньою ставкою. Запровадження диферен-



ціації податкових ставок збільшить ділову активність в регіонах з низьким її рівнем та сприятиме нарощуванню в них виробничого потенціалу. А це у свою чергу дозволить вирішити цілий комплекс соціальних проблем регіонів.

Існуюча нерівномірність соціально-економічного розвитку регіонів утворює ситуацію, коли видатки із місцевих бюджетів у розрахунку на душу населення відрізняються по регіонах України майже в два рази [3].

Законодавчо-нормативна неврегульованість розподілу дотацій і механізму вилучення лишків податкових надходжень із місцевих бюджетів, суб'єктивізм цього процесу вимагають державного регулювання міжрегіональних бюджетно-фінансових відносин на єдиній науково-методичній основі.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Мельник П. В. Розвиток податкової системи в перехідній економіці / П. В. Мельник. – Ірпінь : Академія Державної податкової служби України, 2001. – 362 с. 2. Тимошенко Ю. В. Основні напрями удосконалення системи оподаткування в Україні / Ю. В. Тимошенко, О. В. Турчинов. – К., 1998. – 62 с. 3. Амоша А. К вопросу об оценке уровня налогов в Украине / А. Амоша, В. Вишневский // Экономика Украины. – 2002. – № 8. – С. 11–19.

УДК [656.02:17.022.1] (477.54)

Лісіцина І. І.

студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА ЄВРОРЕГІОНУ "СЛОБОЖАНЩИНА"

Анотація. Розглянуто поняття "туристичний кластер", запропоновано структуру іміджу транскордонного туристичного кластера євро регіону "Слобожанщина", а також проаналізовано заходи з покращення іміджу різних рівнів формування.

Аннотация. Рассмотрено понятие "туристический кластер", предложена структура имиджа трансграничного туристического кластера еврорегиона "Слобожанщина", а также проанализированы мероприятия по улучшению имиджа разных уровней формирования.

Annotation. The concept of a touristic cluster, offers the structure of the cross-border touristic cluster of "Slobozhanshina" euroregion, analyses actions, which are necessary for the improvement of the image on different levels, are studied.

Ключові слова: євро регіон, туристичні кластери, імідж кластера, комплекс маркетинг віх комунікацій.

Для забезпечення розвитку економічних і соціально-культурних процесів між країнами в міжнародній практиці використовують таку форму міжнародного співробітництва, як створення євро регіонів. В Україні функціонує вже сім таких територіальних утворень. Для розвитку в їх межах науки та бізнесу в галузі туризму створюють туристичні кластери.

Актуальність теми наукового дослідження обумовлена необхідністю формування іміджу транскордонного туристичного кластера з метою створення привабливого туристичного образу євро регіону "Слобожанщина", поліпшення соціально-економічного розвитку та покращення інвестиційного клімату регіону. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону та посилить економічний, соціальний, культурний розвиток Слобожанщини та України в цілому.

Визначеннями сутності іміджу та іміджу організацій, його структури, факторів формування займалися такі вчені, як Ф. Котлер, Турбовський Я. С., Зверинцев А. Б., Шепель В. М., Санатулова А. Ш., Ведерникова О. А., І. Гордіна, Томілова М. В., Роголева Н. Л.

Дослідженню формування та розвитку кластерів присвячені роботи Внукової Н. М., Войнарєнко М. П., Буреш О. В., Калужнова Н. Я. Однак у цих роботах недостатньо уваги приділялося проблемам створення іміджу туристичних кластерів.

У зв'язку з цим метою наукової статті є формування структури іміджу транскордонного туристичного кластера, встановлення взаємозв'язку між компонентами іміджу організацій, а також виявлення засобів покращення іміджу кластера.

© Лісіцина І. І., 2010



Під кластером розуміється група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній (постачальники, виробники) та пов'язаних з ними організацій (ограни державного керування, інфраструктурні компанії), що діють у певній сфері та взаємодоповнюють одна одну [1].

Структурна модель туристичного кластера передбачає наявність кількох обов'язкових компонентів, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Компоненти та учасники туристичного кластера [2]

Компоненти туристичного кластера	Учасники
Туристичний блок	Туристичні фірми, підприємства готельного господарства, об'єкти атракції і природно-заповідного фонду
Виробничий блок	Об'єднує виробників продукції, що має пряме чи опосередковане відношення до туристичної індустрії
Науково-освітній блок	Включає освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, та наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку, проводять маркетингові дослідження та рекламні акції
Управлінський блок	Керівники організацій, що утворили кластер, представники фінансових інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання

Транскордонний туристичний кластер включає учасників туристичного, виробничого, науково-освітнього, управлінського блоків, що розташовані на території двох чи більше країн. Прикладом цього може служити туристичний кластер, що створений на території євро регіону "Слобожанщина" у 2008 році. Для розвитку та популяризації туристичного кластера необхідно сформувати позитивний імідж

За визначенням Санатулової А. Ш., імідж — це синтетичний образ, що складається у свідомості людей щодо певної особи, організації або іншого соціального об'єкта та включає у себе значний обсяг емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття та спонукає до певної соціальної поведінки [3].

Імідж кластера – сприйняття тих організацій, які в нього входять, що закріплене у свідомості людей та складається з таких компонентів: імідж товару, імідж споживачів товару, внутрішній імідж організації, імідж засновника та/або основних керівників, імідж персоналу, візуальний імідж організації, соціальний імідж організації, бізнес-імідж організації, імідж зовнішніх відносин [4].

Процес формування іміджу туристичного кластера і туристичного продукту представлено на рис. 1.

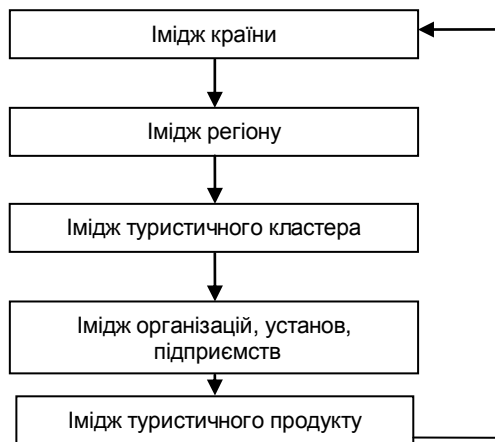


Рис. 1. Взаємозв'язок іміджу країни, підприємств та туристичного продукту

Виходячи із сутності діяльності туристичного кластера, автором на основі використання розробок Ведернікової О. А. та Авраменко К. Г. [5], запропоновано структуру іміджу транскордонного туристичного кластеру євро регіону "Слобожанщина", що наведена на рис. 2.

Таким чином, структура іміджу транскордонного туристичного кластера включає усі компоненти іміджу організації (оскільки кластер становить сукупність організацій), а також має на собі вплив іміджу країни та регіону. Кожен з цих компонентів має певні фактори, що впливають на його формування. Визначення таких факторів є необхідним для забезпечення подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичного кластера.

Важливим інструментом формування іміджу туристичного продукту кластера євро регіону "Слобожанщина", що сприяє встановленню та підтримці взаємовідносин із споживачами туристичного продукту, є комплекс маркетингових комунікацій. Він включає міжособові (прямий маркетинг, зв'язки із громадськістю, виставки, ярмарки) та неособові (реклама, стимулювання продажів) комунікації.

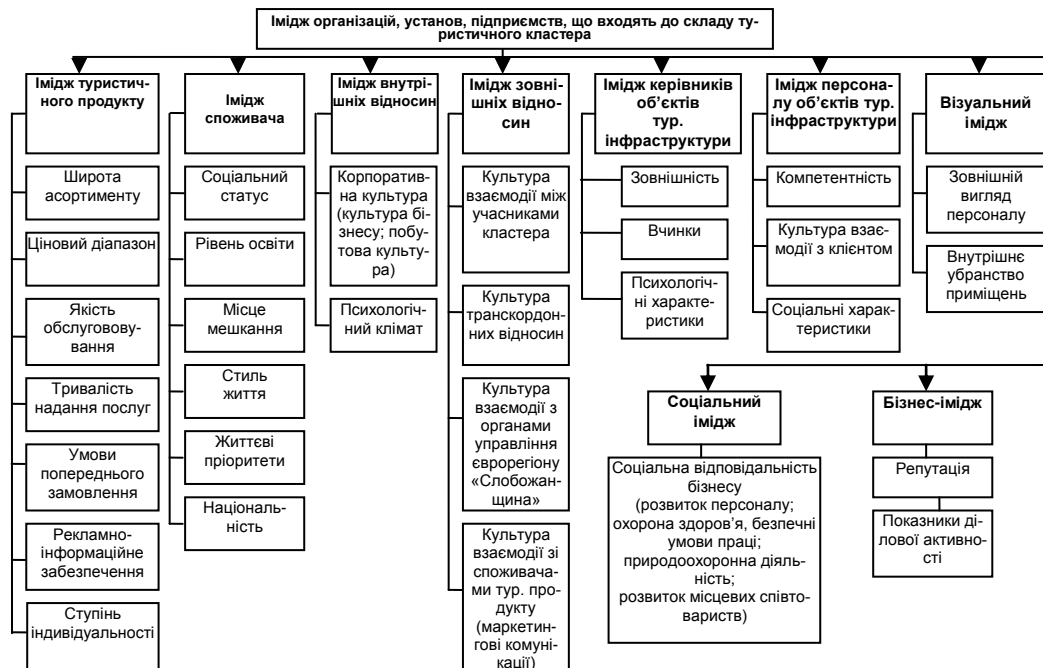


Рис. 2. Структура іміджу трансграничного туристичного кластера євро регіону "Слобожанщина"

Найбільш ефективним напрямком покращення іміджу трансграничного туристичного кластера є реклама, що має багато засобів розповсюдження: ЗМІ, зовнішня та внутрішня реклама, Інтернет, сувенірна продукція. З огляду на специфічний характер діяльності трансграничного туристичного кластера євро регіону "Слобожанщина" та напрямками підвищення іміджу усіх рівнів можуть стати заходи, що наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Заходи з покращення іміджу різних рівнів формування

Сфера впливу 1	Заходи 2
Імідж країни	позиціонування у ЗМІ, на виставках, ярмарках України як країни, що має власну історію, унікальні туристичні об'єкти та особливі народні та кулінарні традиції; регулярне висвітлення у ЗМІ (у тому числі й іноземних), Інтернеті подій туристичного, спортивного інтересу, а також інших яскравих та визначних подій; якісне забезпечення чистоти територій; активне та повсюдне оновлення дорожнього покриття; розробка туристичного логотипу України; створення рекламного туристичного відео із відзначенням цікавих та особливих туристичних об'єктів України, а також із відзначенням особливостей українського народу
Імідж регіону	регулярні публікації про регіон; розповсюдження інформації про регіон по офіційних каналах; проведення семінарів, презентацій регіону, участь у виставках та ярмарках; друк буклетів і рекламних брошур із корисною інформацією про регіон, у тому числі про цікаві туристичні об'єкти на його території; створення спеціального логотипу регіону; випуск подарункових наборів цукерок та печива із назвою "Слобідський край"
Імідж туристичного кластера	створення спортивно-оздоровчих таборів; організація змагань зі спортивного орієнтування; створення мотузкового парку; організація прогулянок на квадроциклах; організація проведення пейнтболу у лісах євро регіону

1	2
Імідж організацій, установ, підприємств	планування та проведення PR-кампаній; надання правдивої інформації щодо своєї діяльності, виконання умов договорів; запровадження гарантійних центрів і надання послуг страхування при взаємодії з клієнтами; розвиток корпоративної культури, побудова команди; впровадження нових технологій; створення інформаційних туристичних центрів; провадження курсів для населення євро регіону із підвищення рівня володіння іноземними мовами (зокрема, англійською) із залученням викладачів ВНЗ;
Імідж туристичного продукту	провадження курсів підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу (зокрема, персоналу засобів розміщення, ресторанів, туристичних фірм та екскурсійних організацій); обладнання туристичних об'єктів камерами зовнішнього спостереження для забезпечення безпеки туристів; створення спеціальної туристичної поліції; створення у межах міста спеціальних доріжок для велосипедистів; запровадження єдиного туристичного проїзного білету на усі види транспорту у межах Харкова, Белгорода та області; створення розгалуженої сітки молодіжних засобів розміщення; розвиток сільських садиб

Таким чином, імідж транскордонного туристичного кластера євро регіону "Слобожанщина" є штучно створеним чином, що формується у споживачів стосовно до євро регіону "Слобожанщина", кожного з учасників кластера, усього кластера в цілому, а також туристичних послуг, які він надає. Формування іміджу є важливим процесом цілеспрямованої професійної діяльності фахівців сфери маркетингу та менеджменту туризму, що є необхідним для забезпечення подальшого розвитку та конкурентоспроможності туристичного кластера.

Наук. керівн. Лола Ю. Ю.

Література: 1. Портер М. Э. Международная конкуренция / М. Э. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 198 с. 2. Зима О. Г. Организация туризма в Украине : конспект лекций / О. Г. Зима, Н. А. Дехтяр. – Харьков : Вид. ХНЕУ, 2008. – 272 с. 3. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 247 с. 4. Томилова Т. М. Модель имиджа организации / Т. М. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1. – С. 13. 5. Ведерникова О. А. Имидж организации как фактор конкурентного преимущества / О. А. Ведерникова, К. Г. Авраменко // БизнесИнформ. – 2008. – № 3. – С. 141–144.

Maiboroda M.

УДК 004.78:338.48



Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

GPS-COORDINATES OF THE MAIN CINEMAS IN KHARKIV

Annotation. The results of scientific research of nowadays' technology are presented, specifically: GPS-coordinates. For example, the GPS-coordinates of the main cinemas in Kharkiv. Moreover, the brief information of the GPS' history is presented too.

Анотація. Подано результати наукового дослідження сучасних технологій у сфері туризму, а саме GPS-координати. Для прикладу були представлені координати харківських кінотеатрів. Також наведено коротку інформацію про історію GPS-координат.

© Maiboroda M., 2010

Аннотация. Представлены результаты научных исследований современных технологий в сфере туризма, а именно: GPS-координаты. Для примера были приведены координаты харьковских кинотеатров. Также представлена краткая информация истории GPS-координат.

Key words: GPS-coordinates, cinemas, GPS-history, types of GPS usage.

The Global Positioning System (GPS) is a space-based global navigation satellite system that provides reliable location and time information in all weather and at all times and anywhere on or near the Earth where there is an unobstructed line of sight to four or more GPS satellites. It is maintained by the United States government and is freely accessible by anyone with a GPS receiver.

The GPS System was created and realized by the American Department of Defense (DOD) and was originally based on and run with 24 Satellites. It was established in 1973 to reduce the large number of navigation aids and to overcome the limitations of previous navigation systems [1].

Nowadays it is very important to develop GPS navigation in Kharkiv. There are many reasons for these: firstly, Kharkiv takes part in Euro-2012 and many foreigners use GPS-coordinates to find out everything they need. Moreover, it will help tourists not to get lost in Kharkiv and to make their traveling easier. Due to this event this technology can help our country to improve our level of knowledge. Especially, we can see this in GPS navigation. Only a few years ago we can not even imagine how it can be easy to find the country, the city, the place or the thing you need. Moreover, there were only big cities which were fixed on the electronics maps. While Kiev, Kharkiv, Donetsk and Lviv are preparing for Euro-2012 and you can find them in your GPS navigators easily more and more small towns are included in it too. So, soon it will be a common thing to use this technology in our country.

Secondly, our technology develops rapidly. So there are 6 typed of GPS usage:

Type 1: Not-self-contained receivers (without screen), also known as RS232 receivers or also GPS mice. This type needs a computer (often a Pocket-PC or Palm PDA) and according program in order to visualize the actual position of the GPS receiver. The link between the GPS and the computer can be wireless (Bluetooth), by means of a cable or via a card-slot or sleeve. This type is often used for car-navigation systems with moving map on the computer screen and for golf GPS systems. See also our Car GPS page.

Type 2: Self-contained receivers (with screen). Here the computer is integrated in the GPS receiver. We have to distinguish between non-mapping devices (often handheld) and mapping devices which can be handheld or mounted in boat, car or plane (often with external antenna). This type sometimes has extra features as a barometer/altimeter, an electronic compass or even a radio transmitter/receiver. Peter Roosen wrote a very nice interactive tool to help us choose a GPS receiver. Unfortunately it is in German, so we made a brief recapitulation in English. The program, NAVIG2, and the translation can be found here. If your primary use will be in boating or aviation, you should look for a receiver for those particular fields, as they offer you some extra features and readings that will be missing on general purpose models. On the other hand will a good handheld marine GPS receiver serve you perfectly on land.

Type 3: The more sophisticated receivers for professional use in agriculture, mapping and GIS, military, oil and gas, public safety, survey etc. The principle of these receivers is the same as the above, but they often use extra receivers and special antennas for higher accuracy and can often store an enormous amount of in the field collected data, which can be treated later in the office.

Type 4: Dedicated single-purpose GPS systems as there are the car GPS systems with a build-in GPS receiver, using maps from the device manufacturer. Very useful for this purpose, especially because you can take the system from one vehicle to another without hassle. So you can even use it in a rented car or Jeep, during your holidays, contrary to the fixed in-vehicle GPS systems. You can only use maps of the device manufacturer and you can not upload your own maps. See our Car GPS page. Here we also have to mention the stand-alone golf GPS systems, which show you where you are in relation to various targets on the golf-course of your choice. Most models in this category will not perform good (at all) as a classic GPS receiver. See also our Golf GPS page.

Type 5: Very special applications, using GPS, as there are vehicle tracking systems (See our GPS Car Tracking page) and child-locator devices (See our GPS Locators page). Both use a GPS-chip to measure their location and some form of wireless phone system to communicate this information over great distances, eventually via Internet.

Type 6: Phones with incorporated GPS receiver. They could already be used for in-car navigation with street maps coming in through the air. End May 2005 Sylvan Ascent Inc. launched TopoPhone, which provides outdoor recreation enthusiasts with a better GPS solution by turning a cell phone with built-in GPS into a complete Topographic mapping system. TopoPhone is superior to traditional GPS units, because it uses the phone to download maps automatically, and allows you to see where your friends and family are located. See also our GPS phones page [2].

Of course, in Ukraine GPS navigators find their applications. For example, nowadays it is very common to have automotive navigation system. It is a satellite navigation system designed for use in automobiles. It typically uses a GPS navigation device to acquire position data to locate the user on a road in the unit's map database. Using the road database, the unit can give directions to other locations along roads also in its database [1]. The second example is the usage of GPS navigation in our mobile devices (pocket PC's, cell-phones, etc.).

Many scientists from all over the world have been working on GPS technology. Some of them have been trying to use it in military, others – in civil life. Nevertheless, there are some names, which are the main part of GPS development. Two GPS developers received the National Academy of Engineering:



Ivan Getting, emeritus president of The Aerospace Corporation and engineer at the Massachusetts Institute of Technology, established the basis for GPS, improving on the World War II land-based radio system called LORAN (Long-range Radio Aid to Navigation).

Bradford Parkinson, professor of aeronautics and astronautics at Stanford University, conceived the present satellite-based system in the early 1960s and developed it in conjunction with the U.S. Air Force. Parkinson served twenty-one years in the Air Force, from 1957 to 1978, and retired with the rank of colonel.

One GPS developer, Roger L. Easton, received the National Medal of Technology on February 13, 2006 at the White House.

On February 10, 1993, the National Aeronautic Association selected the Global Positioning System Team as winners of the 1992 Robert J. Collier Trophy, the most prestigious aviation award in the United States. This team consists of researchers from the Naval Research Laboratory, the U.S. Air Force, the Aerospace Corporation, Rockwell International Corporation, and IBM Federal Systems Company. The citation accompanying the presentation of the trophy honors the GPS Team "for the most significant development for safe and efficient navigation and surveillance of air and spacecraft since the introduction of radio navigation 50 years ago." [1].

But in this article I would like to present my view on the usage of GPS-coordinates in Kharkiv. In our holidays entertainments play a real great role. So I was working with Kharkiv's cinemas and I was working on their GPS-location. I have used different methods. I have used the method that provides almost 90% of empiric data. It was survey research. My survey was a poll in which I gathered facts. Then I have used exploratory research, which structures and identifies new problems. The other one was constructive research, which develops solutions to a problem. And, of course, empirical research, which tests the feasibility of a solution using empirical evidence.

So, on table you can see the results of the author's research, which are presented to make it easier to study the GPS-coordinates of the main cinemas in Kharkiv.

Table

GPS-coordinates of the Main Cinemas in Kharkiv

Cinemas	Amount of stars	Address	Contacts	GPS-coordinates	Short description
1	2	3	4	5	6
Cinema Kinopalace-Kharkov	***	Sumskaya st, 25	Booking (057) 766-50-05; answering machine (057) 766-70-05	36,232235 49,999087	The first cinema in Kharkiv which is constructed in European standards. The seats are soft and comfortable and go down on-the-mitre. This cinema is one of the most expensive cinemas in the city, but it is worth it [3]
Cinema Park	***	Summskya st, 81	Phone: (057) 704-10-10 (answering machine) Bookings: (057) 700-26-68, 704-10-10	36,247695 50,019587	Multiplex PARK after reconstruction has three modern conference room equipped with soft seating, high-quality digital video and sound DOLBY SURROUND, ventilation and air conditioning [3]
Cinema Dovzhenko	****	23 Augusta st 61	(057)343-34-88, 343-14-39, 343-30-88	36,228714 50,034934	
Cinema Kiev	***	Bld. Ak.Yureva, 1	(057) 392-23-63	36,320082 49,962246	
Cinema Rossiya	****	Ave. 50 th VLKSM, 54	(0572) 62-31-29, 62-70-40, 713-09-07	36,335982 49,996018	
Cinema Center POZNAN	****	Akademika Pavlova st, 160	(0572) 65-46-43	36,338668 50,026445	It has been recently re-opened after the reconstruction. It has the biggest screen in Kharkiv, the sound is on the lavish scale. There are two halls, comfortable seats, a bar and a very comfortable parking [3]

1	2	3	4	5	6
Cinema Kronverk Cinema	****	Geroev Truda st, 9, TRC "Duffy", 3rd Floor	(057) 728-25-02	36,339503 50,02402	Cinema "Kronverk Cinema" Duffy meets international standards: big screens, sound, Dolby Digital Surround EX, modern equipment, comfortable armchairs. Two bars with a wide selection of drinks and snacks, comfortable seating area, a dedicated smoking area. For students, pupils, pensioners have special discounts [3]
Cinema Bommer	***	Poltavsky Shlyah st, 6	(057) 712-39-28	36,224959 49,988571	It is the oldest cinema which was opened in 1908 by Bommer Brothers. It was so famous so once the crowd of people crashed a few people. Since that time the tickets were sold with seat-number. Nowadays the cinema isn't so well-equipped, but it is the place where the fest of European cinema and art-house festivals are held annually [3]
Cinema Ordzhonikize	****	Ave. Ordzhonikidze, 8	(057) 293-40-44	36,9417 49,943989	

To sum up, the author of this article wants to say that it is very important not to lag behind the modern world. He thought GPS-coordinates are the factor to improvement and development the tourism in Kharkiv. Moreover, should we deny the fact that such a device can help us to ease our trips? Nevertheless we should develop such technologies but we shouldn't forget about the guides or guide-books. The author purposes to combine these different kinds of helpers. So the tourist can find the object he needed and immediately can read about it in his device.

Наук. керівн. Преображенська О. С.

The Literature: 1. <http://en.wikipedia.org>. 2. <http://www.gps-practice-and-fun.com>. 3. Baida I. V. Kharkiv: Vizitors guide / I. V. Baida. – Kharkiv : Golgen Pages, 2009. – 176 p.

УДК 94(477)

Череватенко О. В.

Студент 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ХАРКІВ У РОКИ ОКУПАЦІЇ (1941 – 1943): КОНТРАСТИ ПОВСЯКДЕННОСТІ

Анотація. Висвітлено підневільне повсякденне життя мешканців Харкова у роки німецької окупації. Розкрито риси так званого "нового порядку" та його негативний вплив на долю харків'ян.

Аннотация. Освещена подневольная повседневная жизнь жителей Харькова в годы немецкой оккупации. Раскрыты черты так называемого "нового порядка" и его негативное влияние на судьбу харьковчан.

© Череватенко О. В., 2010



Annotation. The dependent everyday life of habitants of Kharkiv in the years of German occupation is lighted up. The lines of the so-called "new order" and his negative influence on the fate of Kharkiv are exposed. Heavy life under power of invaders and resistance the stuck orders is analysed.

Ключові слова: окупація, режим, репресії, підневільна праця.

Друга світова війна стала найбільшою трагедією людства минулого століття, а Велика Вітчизняна війна – надзвичайною подією в житті українського народу, в становищі жителів Харкова та області.

Харків мав велике політичне, економічне і воєнно-стратегічне значення та посідав у воєнних планах Гітлера значне місце. Харків як важливий залізничний вузол був тісно пов'язаний з багатьма економічними районами. Через місто пролягали шляхи на Донбас і Кавказ.

Наприкінці вересня 1941 року становище на південному фланзі дуже ускладнилося і 24 жовтня 1941 року Харків був захоплений німецькими військами.

Захопивши місто, німецько-фашистські окупанти відразу сформували свої органи влади та встановили "новий порядок".

Мета статті полягає в розкритті ознак цього надзвичайного окупаційного режиму за напрямками: як діяла фашистська машина репресій; якими були економічні заходи окупантів, підневільна праця харків'ян та форми опору окупантам.

Документальну основу статті склав підготовлений харківськими вченими збірник документів і матеріалів "Німецько-фашистський окупаційний режим на Україні" [1]. Це – документи про організацію "нового порядку", підневільний стан українців, зокрема жителів Харкова в умовах фашистського політичного і економічного терору.

Становище харків'ян в окупації протягом 16 місяців можна поділити на три періоди:

I. Кінець жовтня – грудень 1941 р. – це перші окупаційні місяці: становлення "нового порядку" методом жорстоких репресій, каральних експедицій, масового розстрілу населення міста.

II. 1942 рік – планування та запровадження німецьким режимом заходів для повного підпорядкування життя в місті своєму впливові.

III. Січень – серпень 1943 р. – продовження репресивних заходів проти населення міста, яке перебувало у фашистській неволі.

Варто зазначити, що у цій фронтівій смузі не було особливих установ вермахту: управління здійснювала міська військова комендатура. Комендант міста керував усією роботою через штат тилового району, який складався з відділів і підвідділів.

Завдання політичного характеру вирішувала служба безпеки СД, і ця репресивна служба брала участь у всіх проведених у Харкові винищувальних діях щодо євреїв, членів партії та інших харків'ян.

З цієї ж метою був створений розгалужений поліцейський апарат у складі військових фельд-жандармерії та таємної фельдполіції. Вони уособлювали терор проти мирного населення, комісарів, партизан та ін. Для координації репресивних дій у місті була запроваджена посада начальника військ СС та німецької поліції. Також до служби в поліції була включена українська допоміжна поліція. Усіма цими органами здійснювалися заходи військової окупаційної політики.

Найбільш жахливою стороною окупації стали терор та репресії проти місцевого населення. Це – розстріл чи повішення цивільних громадян, арешти і допити.

Командуючий СА Рейхеннау 7 грудня 1941 року записав у щоденнику: "В Харкові були повішені декілька сотень партизан та підозрілих елементів..." [2, с. 72].

У середині грудня 1941 року, за наказом коменданта, євреї були переселені за місто в бараки тракторного та верстатобудівного заводів, а з 26 грудня німці почали вивозити їх у Дробицький яр і розстрілювати. Розстріли продовжувалися в січні 1942 року. Усього таким чином було вбито 30 тисяч харків'ян [2, с. 192]. Масовим було вбивство мирного населення під час другого захоплення Харкова в березні 1943 року.

З окупацією території України розпочалася вербувальна кампанія з використання східних робітників – "остарбайтерів" в економіці фашистської Німеччини. Ця кампанія проводилася в Харкові протягом усього періоду окупації.

І хоч спочатку, в перші місяці 1942 року, якась невелика частина харків'ян зголошувалась на працю в Німеччині, однак це була примусова кампанія. Зіткнувшись з жорстокою реальною дійсністю, вони зрозуміли своє становище як військовополонених. Тому харків'яни будь-що намагалися уникнути мобілізації до Німеччини. Однак проти них були влаштовані облави й фізичне захоплення робочої сили для вивезення її в Німеччину. Загрожуючи розстрілом, гітлерівці вивезли на каторжні роботи в Німеччину не менше 110 тис. чол. [2, с. 196].

Невід'ємною складовою німецької воєнної політики було захоплення економічних джерел Радянського Союзу. Розраховуючи на промисловий потенціал Харкова, німецьке командування будувало грандіозні плани щодо його використання. Однак промислове устаткування харківських підприємств було вивезене на схід на початку війни. Тому особливість цієї ситуації полягала в тому, щоб відбудувати підприємства міста.

Головними функціями військово-економічної організації були: заготівля продовольства та збір урожаю, захоплення сировинних ресурсів і запасів пального, відновлення роботи ряду промислових підприємств, розробка родовищ корисних копалин, мобілізація місцевої робочої сили тощо.

З першого місяця окупації розпочалися роботи з використання харківських підприємств. Однак нові господарі змогли налагодити лише дрібне виробництво. З часом підприємства міста лише

частково стати до ладу. У квітні 1942 року 86 підприємств знаходились в руках німців [2, с. 99]. Зокрема, вони намагались відновити масштабне виробництво на ХТЗ, але це їм не вдалося. З уцілених вузлів та агрегатів було розпочато складання гусеничних тракторів. Поряд з невеликим виробництвом тракторів також проводився ремонт середніх танків.

Головним чином проводився ремонт електротехнічних машин, трансформаторів, апаратури на Харківському електромеханічному заводі. Окремими технологічними операціями обмежувалась робота інших промислових підприємств Харкова.

У період боїв у 1943 році, особливо при визволенні Харкова, відступаючи, німецькі військові частини завдали колосальних матеріальних збитків. На час визволення Харків лежав у згарищах і руїнах.

Отже, "новий порядок" – це пограбування матеріальних цінностей міста та використання його економічного потенціалу. Цю грабіжницьку роботу виконував економічний підрозділ окупаційної влади – Вікадо. Зокрема, його індустриальна група складалася з 12 відділів, у т. ч. наукового, виробничого, паливного та ін.

Харкову було завдано важких матеріальних збитків. За даними надзвичайної комісії з розслідування злочинів німецьких окупантів, війна коштувала промисловості Харківщини 29 млрд крб [3, с. 337].

Міській управі були підпорядковані районні бургомістри. Узгоджуючи свою діяльність з загальним німецьким напрямом, місцева влада намагалася зберегти хоча б деякі порядки, вирішувати хоча б деякі проблеми, насамперед із забезпечення населення продовольством. Однак знайти рівнодіючу між німецькою програмою і місцевими потребами міська управа не могла: німецька влада через вороже ставлення населення до неї, а місцеве населення – через жорстокі правила німецького управління. Більше того, виконуючи ці правила, міська управа була безпосередньо причетна до надзвичайних дій проти жителів Харкова.

З цих та інших причин міське управління зазнавало не тільки критики, а й ворожого ставлення до нього. Представники радянського руху опору звинувачували міських управлінців у сприянні німецьким окупантам або й у співпраці з німецьким командуванням.

При цьому варто зазначити, що в таких жорстких умовах окупації не могло бути, на погляд автора, або повної конфронтації місцевого населення щодо німецької влади, або ж повної її підтримки. І хоч кожен житель визначався по-своєму, все ж таки їм була притаманна хоч слабенька, але ж невмираюча віра у життя.

Інша справа, якими шляхами-дорогами треба йти до жаданої мети. А от дороги були різні. Принаймні, одні йшли на службу окупантам, другі – пристосовувалися до них – до "нового порядку", а треті, можливо, їх було менше чи найменше, – наважилися і розпочали опір німецько-фашистським окупантам.

Підтверджуючи висловлені міркування, звернемося до фактів. Свої послуги новій владі запропонували харківські дворяни. У зверненні до німецького командування та обер-бургомістра міста вони хотіли бути корисними в організації боротьби проти більшовицьких елементів. Найбільшу активність в об'єднанні дворянства виявив В. Бекарюков, який до війни викладав марксистсько-ленінську філософію у ВНЗ міста Харкова. До цієї організації увійшли майже 20 дворян. Вони мали намір і дійсно зайняли ряд керівних посад у місті. Пропагували ідеї монархізму. У 1943 році ця організація припинила своє існування [3, с. 341–342].

Пристосування до "нового порядку" виявили місцеві члени українського національного руху та члени похідних груп ОУН(б) і ОУН(м). Розгортаючи свою роботу, вони зазнали великих втрат від фашистських органів безпеки, особливо члени ОУН(б). Тому деякі осередки оунівців перейшли у підпілля.

Харківська націоналістична громада заснувала Громадський комітет на чолі з соціалістом В. Доленком і мала на меті повторити Львівський варіант проголошення суверенної української держави. Однак, з'ясувавши ситуацію, комітет відмовився від попередньо визначеної мети.

Під контролем нової влади відроджувалася церква і відповідний підконтрольний характер мало релігійне життя у місті [3, с. 344–345].

З початком окупації Харкова перед новою владою гостро постало питання про постачання продовольством працюючого населення і слід вважати, що населення за весь час німецької окупації хлібом не постачалося. Поїздки за продуктами були заборонені: за порушення – розстріл на місці. У Харкові, за неповними даними, вмерло від голоду більше 100 тис. осіб [1, с. 194].

Про організацію забезпечення населення міста продуктами німецька влада не дбала. На ринках міста були надвисокі ціни. У перші місяці 1942 року кілограм житнього хліба коштував 220 крб, пшеничного – 250 крб, та головне полягало в тому, що в населення не було грошей. А спроби виміняти продукти харчування на якісь речі були майже безуспішними. Розпочався голод. За неповними даними контори метрик, у 1942 р. в місті померло 22 708 осіб, у т. ч. більшість від голоду [3, с. 336].

З упровадженням у серпні – вересні 1942 року продуктивних карток право на їх отримання мали тільки працюючі. Кількість хліба для працюючих дорівнювала 2 – 2,5 кг на тиждень, або 300 – 350 гр на день [3, с. 336].

У цілому німецька влада проводила на окупованій території "політику голоду". Її заходи були спрямовані не стільки на здійснення продовольчого забезпечення, скільки на пограбування місцевого населення, особливо примусове відбирання продуктів.

Пограбування мирних жителів відбувалося в різних формах: від розбою до свавілля. Забирали цінні речі, фотоапарати, килими, а взимку – теплий одяг. Але як би тяжко не складалось життя харків'ян, вони не скорилися підневільному становищу і гіркій долі.



Опір харків'ян окупаційній владі здійснювався таким чином: виводили з ладу телефонний зв'язок, особливо в період наступу радянських військ, зривали графіки формування поїздів, викрадали документи і тоді на станції збиралося багато "безадресних вагонів" чи змінювали напрям та заплутували рух поїздів.

У рухові опору брали участь різні верстви населення Харкова. Складовими цього руху були: партійне підпілля на чолі з І. Бакуліним – секретарем підпільного обкому, міська підпільна організація, підпільний обком комсомолу на чолі з О. Зубаревим та Г. Нікітіною, а також диверсійні групи. Вони здійснювали економічний саботаж, поширювали антифашистські листівки, проводили диверсійні акти (вибухи на станції "Нова Баварія", на заводі "Серп і Молот").

Однак складна воєнна обстановка прифронтової зони та арешти, порушення зв'язку з Великою землею стали надзвичайними перешкодами в діяльності підпільників. І все ж, незважаючи на складні обставини, підпільники діяли, виявляючи мужність і патріотизм. Пам'ять про них живе і житиме. Указом Президії Верховної Ради СРСР від 8 травня 1965 р. Бакуліну І. І., Волковій Н. Т., Зубареву О. Г., Кисляк М. Т. і Щербак О. М. за виявлену мужність і героїзм було присвоєно звання Героя Радянського Союзу.

Тяжка підневільна, з постійним відчуттям страху й смерті повсякденність – така сутність становища жителів Харкова в окупаційний період. Не всі вони дочекались перемоги 1945 року. І ми в наш мирний час щиро вклоняємося їм з повагою, співчуттям і з щирою жалобою.

Наук. керівн. Руденко Р. Г.

Література: 1. Німецько-фашистський окупаційний режим на Україні : збірник документів і матеріалів. – К. : Держполітвидав УРСР, 1963. – 488 с. 2. Скоробогатов А. В. Харків у часи німецької окупації (1941 – 1943) / А. В. Скоробогатов. – Харків : Прапор, 2004. – 368 с. 3. Історія міста Харкова ХХ століття. – Харків : Фоліо "Золоті сторінки", 2004. – 686 с.

Істоміна О. І.

УДК 94(477)

Студент 1 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ТРУДОВА ВАХТА ХАРКІВ'ЯН У РОКИ ВЕЛИКОЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ВІЙНИ

Анотація. Проаналізовано трудові досягнення харків'ян у роки Великої Вітчизняної війни. Зосереджено увагу на трудових подвигах працівників тилу і здійснено порівняння із ратним подвигом на фронтах війни.

Аннотация. Проанализированы трудовые достижения харьковчан в годы Великой Отечественной войны. Сосредоточено внимание на трудовых подвигах работников тыла и осуществлено сравнение с ратным подвигом на фронтах войны.

Annotation. The labour achievements of Kharkiv in the years of Great Patriotic war are analyzed. Attention on the labour exploits of workers of rear is concentrated and comparing to the military exploit on fronts of war is carried out.

Ключові слова: трудовий подвиг, ратний подвиг, змагання, патріотизм.

Я есть народ, якого Правди сила
ніким звойована ще не була.
Яка біда мене, як чума косила! –
А сила знову розцвіла.

Павло Тичина

Героїчна епоха Великої Вітчизняної війни проектується в просторі і часі, а взаємодія фронту і тилу – у фактах і факторах Перемоги.

Науковому осягненні історичних масштабів цих надзвичайних подій присвячені монографії, дисертації, статті, збірники статей, документальні енциклопедичні матеріали, спогади-роздуми, матеріали конференцій [1–10]. У наукових публікаціях розкривається панорама фронтових днів і

© Істоміна О. І., 2010

років, героїчне і драматичне в них. Порівняно з цим, з різних – об'єктивних чи суб'єктивних причин – фрагментарно висвітлено титанічну працю і трудовий подвиг працівників тилу.

Нині мало говориться про патріотичне піднесення, соціалістичне змагання, новаторські почини і рухи у воєнний період 1941 та наступних років, адже вважається, що все планувалося, відбувалося, здійснювалося в рамках командно-адміністративної системи.

Мета статті полягає в аналізі трудової звитяги харків'ян у воєнний період на конкретних фактах, прикладах, у сумлінній праці та в іменах героїв.

Документальну основу статті складає збірник "Харьковщина в годы Великой Отечественной войны (1941 – 1943 гг.)" [2].

На сторінках збірника знайшли відображення ратні і трудові подвиги харків'ян у роки Великої Вітчизняної війни. Конкретні документально-інформаційні повідомлення, звіти, звернення свідчать про драматичні й трагічні дні фашистської окупації міста в кінці 1941 до 23 серпня 1943 р.

Великий масив документів тематично спланований і складений у збірнику "Промышленность и рабочий класс Харьковщины 1943 – 1980" [3].

Конкретний трудовий внесок харків'ян в наближення Перемоги висвітлений у збірнику "Советская Украина в годы Великой Отечественной войны 1941–1945" у розділах "Трудящиеся Украины – фронту" та "Начало восстановления разрушенного врагом народного хозяйства республики" [3].

Трудова, звитяжна епопея Харківщини в роки Великої Вітчизняної війни хронологічно поділяється на три періоди:

I – середина 1941 – 1942 рр. – період перебазування харківських промислових підприємств на Урал, в Сибір та досягнення, виробничі здобутки їх трудових колективів;

II – 1943 – 1944 рр. – піднесення трудової активності харків'ян під девізом "Все для фронту, все для перемоги!" та нарощення виробничого потенціалу зі звільнення міста від німецько-фашистських загарбників;

III – кінець 1944 – травень 1945 рр. – період виявлення трудової честі і доблесті харків'ян на завершальному етапі війни.

Перший період характеризується тим, що, захопивши потужні промислові райони – вугільно-металургійний Донбас, металургію Придніпров'я і Криворіжжя, українські поля, націлившись на захоплення Кавказької нафти і марганцю, гітлерівці думали зламати економіку, а отже, і воєнну могутність СРСР.

З початком Великої Вітчизняної війни у партійних рішеннях і урядових постановах, директивах була визначена програма мобілізації всіх сил на відсіч ворогові, на захист Вітчизни [5, с. 221 – 223].

Невідкладними стали завдання зміцнення тилу: концентрація промисловості і переведення її на рейки воєнної економіки; мобілізація матеріальних ресурсів інших галузей народного господарства; перебазування промислових підприємств на Схід.

У другій половині 1941 р. на Схід було вивезено 1 523 великих промислових підприємств (в тому числі 550 заводів і фабрик з України), на яких зразу ж налагоджувалося виробництво. Наприклад, на виробничих площах Челябінського тракторного заводу розмістили устаткування декілька підприємств, в т. ч. Харківський дизельний завод, і було утворено найбільший у СРСР танкобудівний завод "Танкоград". Перебазований на Урал харківський завод ім. Комінтерна вже у березні 1942 р. досяг довоєнного рівня виробництва танків "Т-34" і згодом перевищив його в декілька разів [6, с. 41].

Значить, країна повинна була воювати, кувати зброю, будувати нові заводи і випускати бойові машини, бойову техніку, розширювати сировинну базу промисловості, шукати нові джерела енергії. Відображена в конкретних фактах та показниках ця трудова епопея цілком правомірно називається подвигом.

"Цю евакуацію промисловості у другій половині 1941 і на початку 1942 рр. та її "розселення" на сході, – писав відомий англійський журналіст і публіцист О. Верт, – слід віднести до найбільш вражаючих організаторських і людських подвигів Радянського Союзу під час війни" [7, с. 144].

Другий період – 1943–1944 рр. – це період трудової перемоги харків'ян, усіх трудівників країни, пов'язаний з матеріально-технічним забезпеченням корінного перелому у Великій Вітчизняній війні та визволенням України від німецько-фашистських загарбників.

Особливість цього періоду полягала у поєднанні трьох складових: 1) трудових здобутків першої половини 1943 року; 2) нарощування випуску продукції для потреб фронту у другій половині 1943 – на початку 1944 рр.; 3) зростання виробництва продукції для відбудови народного господарства в 1943 – 1944 рр.

Програмне значення в постановці нових завдань мала постанова Раднаркому СРСР і ЦК ВКП (б) від 21 серпня 1943 р. "Про невідкладні заходи по відбудові господарства в районах, визволених від німецько-фашистської окупації" [8, с. 259–260] і відповідна постанова ЦК КП(б)У і РНК УРСР від 7 червня 1944 р.

Провідними ланками виконання фронткових і цивільних завдань були громадські рухи новаторів і раціоналізаторів, укладання творчих договорів між колективами заводів і НДІ, ВНЗ м. Харкова, оволодіння молодими робітниками досвідом ветеранів праці; збагачення трудових традицій харків'ян новаторськими починами.

Як у фронткових умовах скрупульозно розроблялися стратегія і тактика бойових операцій, так і в умовах тилу визначалася комплексна програма спільних дій виробників. Такий характер мала постанова бюро Харківського обкому КП(б)У і облвиконкому про відбудову електромеханічного заводу від 27 вересня 1943 року. Постанова включала:



- а) загальні організаційні заходи;
- б) заходи з матеріально-технічного забезпечення відбудови підприємств;
- в) мобілізація залізничного транспорту;
- г) виділення підприємству верстатного обладнання;
- д) зміцнення трудових колективів робітниками, ІТП і службовцями-ветеранами ХЕМЗа;
- ж) поповнення заводського колективу працівниками інших підприємств та підготовка молодих робітників у школі ФЗН та заводському ремісничому училищі;
- з) поліпшення умов праці [3, с. 12–14].

У ході виконання постанови долалися труднощі, адже не вистачало обладнання, коштів, робочої сили. На допомогу харків'янам прийшли колективи Мінська, Свердловська, Новосибірська та інших міст [3, с. 52].

Варто зазначити, що відразу ж після визволення міста від німецько-фашистських загарбників харків'яни брали підвищені зобов'язання з виконання плану і виробничі дільниці ставали на стахановську вахту.

Причому на такі трудові вахти ставали заводські колективи визволеного міста Харкова і харків'яни, які працювали на колишніх харківських підприємствах, евакуйованих на початку війни на Схід. На мітингу колективу заводу "Механоліт", який працював на Уралі, було ухвалено – давати Червоній Армії більше бойової продукції, щоб наблизити час визволення всієї матері-України [2, с. 359–360].

У міру відбудовних робіт трудові будні заводчан перетворювалися на трудові перемоги. На початку квітня 1944 р. у Харкові працювало 876 комсомольсько-молодіжних бригад і кожній із них було присвоєно звання фронтових [3, с. 15–16].

У кінці 1944 – в перших місяцях 1945 року, на завершальному етапі Великої Вітчизняної війни фронт і тил продовжували співпрацю у спільному ритмі. Ця надзвичайно важлива риса набувала нових граней у заводських колективах, сповнених бажання виконати всі найскладніші завдання.

До передових, новаторських за характером колективів належав колектив харківських турбобудівників. Міцною і дієвою була творча співдружність колективу Харківського турбогенераторського заводу і політехнічного інституту в підготовці та випуску турбін потужністю 50 тис. кВт. Свій творчий внесок зробили заводські новатори Кисляков, Ігнат'єв, Чебійко та ін. У тринадцяти цехах заводу працювали 57 робітників, які майстерно володіли суміжними професіями. Працювали дві стахановські школи. Новим змістом наповнювалося соціалістичне змагання [3, с. 21–22].

У грудні 1944 р. Харківський турбогенераторний завод став переможцем в соціалістичному змаганні серед заводів Наркомату важкого машинобудування СРСР, йому вручили перехідний Червоний прапор ВЦРПС і Наркомважмашу [3, с. 18].

На початку 1945 року на підприємствах Харкова поширювалося і зростало змагання за нарощування випуску продукції "В фонд штурму Берліна", за достойну зустріч 27-ї річниці Червоної Армії, за перевиконання виробничих планів та високі темпи відбудовних робіт. Зокрема особливістю соціалістичного змагання на харківському заводі "Серп і Молот" було виконання взятих індивідуальних соцдоговорів. Провідну ланку цих зобов'язань складали завдання технічного прогресу та підвищення якості продукції [3, с. 29–30].

Трудящі міста досягли високих показників у соціалістичному змаганні, тисячі робітників подвоїли і потроїли продуктивність праці. Колективи 31 підприємства достроково виконали квітневий, 1945 року, план. Зважаючи на творчі трудові успіхи, працівники харківського заводу транспортного машинобудування кинули клич: "Більше продукції в фонд штурму Берліна!" і стали на стахановську вахту. Цю високопатріотичну ініціативу підтримали колективи турбінного, електромеханічного, тракторного, верстатобудівного заводів, усі підприємства міста. Заводські колективи були одноставними у цій благородній справі: "Тепер, коли гвардійці штурмують останні квартали Берліна, на наших машинобудівних заводах стахановці наполегливо домагаються нових успіхів у праці" [3, с. 23].

Таким чином, справжній трудовий подвиг здійснили працівники тилу в суворі роки війни. Тільки протягом останніх трьох років війни наша танкова промисловість випускала щорічно в середньому більше 30 тис. танків, авіаційна промисловість – до 40 тис. літаків, артилерійська – до 120 тис. гармат усіх калібрів, до 100 тис. мінометів і т. ін. [9, с. 543]. За цей же період самовідданою працею було відновлено близько 30 % довоєнних виробничих потужностей України.

Таким чином, у загальнонародний трудовий подвиг в ім'я Перемоги вливалися величні трудові звершення харків'ян. Такий неповторний трудовий подвиг по суті повторював бойовий подвиг Червоної Армії, а разом ці подвиги були переможними.

Наук. керівн. Руденко Р. Г.

Література: 1. Коваль М. В. Україна в Другій світовій і Великій Вітчизняній війнах (1939 – 1945 рр.) / М. В. Коваль. – К. : Видавничий дім "Альтернатива", 1999. – 336 с. 2. Саженок С. Н. Трудовий подвиг робітників України у Великій Вітчизняній війні / С. Н. Саженок. – К. : Вид-во при Київському держ. університеті ВО "Вища школа", 1985. – 112 с. 3. Тронько П. Т. Навічно в пам'яті народній: З історії боротьби комсомольців і молоді України проти німецько-фашистських загарбників у роки Великої Вітчизняної війни / П. Т. Тронько. – К. : Молодь, 1995. – 160 с. 4. Харьковщина в годы Великой Отечественной войны (июнь 1941 – 1943 гг.): сб. документов и материалов. – Харьков : Изд-во "Прапор", 1965. – 428 с. 5. Промышленность и рабочий класс Харьковщины: 1943 – 1980 : сб. документов и материалов. Гос. архив Харьк. обл., Партархив Харьковского обкома Компартии Украины ; сост. А. А. Адаменко и др.]. – Харьков : Прапор, 1987. – 224 с. 6. Советская

Украина в годы Великой Отечественной войны. 1941 – 1945. Документы и материалы в трех томах. Т. 2. СССР в период коренного перелома в ходе Великой Отечественной войны (19 ноября 1942 г. – конец 1943 г.) – К. : Наукова думка, 1980. – 520 с. 7. Директива РНК СРСР і ЦК ВКП(б) "Партійним і радянським організаціям прифронтових областей про мобілізацію усіх сил і засобів на розгром фашистських загарбників" від 29 червня 1941 р. Комуністична партія України в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК. В 2 т. / ред. колегія: В. І. Юрчук (голова) та ін. – К. : Політвидав України, 1977. – 1022 с. 8. Дерев'янкін Т. Велика Вітчизняна війна: витоки, ресурси і зброя перемоги / Т. Дерев'янкін // Економіка України. – 2010. – № 5. – С. 39–43. 9. Верт А. Россия в войне 1941–1945 / А. Верт. – М. : Прогресс, 1967. – 774 с. 10. Лященко П. История народного хозяйства СССР. Т. III : Социализм / П. Лященко. – М. : Госполитиздат, 1956. – 800 с.

УДК 331.108.2

Буданаєва Ю. О.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СУЧАСНЕ ЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Визначено, що від правильної політики управління персоналом залежить місце усієї організації у сучасній економіці. Обґрунтовано доцільність розвитку трудових ресурсів для успішного функціонування організації.

Аннотация. Определено, что от правильной политики управления персоналом зависит место всей организации в современной экономике. Обоснована необходимость развития трудовых ресурсов для успешного функционирования организации.

Annotation. It is suggested that the right personnel management policy is important for the development of organization in modern economy. The necessity of working potential for the successful organization functioning is grounded.

Ключові слова: управління персоналом, трудові ресурси, оптимізація, організація.

Управління людьми має практично таку ж давню історію як і людство, оскільки воно з'явилося одночасно з виникненням перших форм людських організацій – племен, спільнот, кланів. Разом з економічним розвитком і появою великих організацій, управління персоналом перетворилося на особливу функцію управління, що потребує спеціальних знань і навиків.

В останні роки в науковій літературі з менеджменту та в управлінській практиці широко використовується достатня кількість термінів, що відображають участь людей у суспільному виробництві: трудові ресурси, людські ресурси, людський фактор, організаційна поведінка, організація праці, управління персоналом, кадрова політика, колектив, команда, соціальний розвиток, людські відносини та інші, що тією чи іншою мірою відносяться до трудової діяльності людини. Виділяючи в ролі основного об'єкта людину, вони розкривають різноманітні аспекти проблеми управління персоналом і підходять до її вирішення.

Багато авторів висловлюють різні погляди щодо управління персоналом. Так, наприклад, Маслов Є. В. [1] стверджує, що управління персоналом – це специфічний вид управлінської діяльності, об'єктом якої є колектив працівників. Також він вважає, що поняття "управління персоналом" за змістом близьке до поняття "управління людськими ресурсами".

Оскільки в обох випадках об'єкт управлінської дії один і той самий, різниця є тільки в специфічному підході до працівника і його робочої сили як ресурсу.

У той же час Генкін В. І. [2] відзначає, що основним завданням управління людськими ресурсами є найбільш ефективне використання здібностей працівників відповідно до цілей організації та суспільства.

Одогов Ю. Г. та Журавльов П. В. [2] вважають, що сутність управління персоналом полягає в тому, що люди розглядаються як конкурентне багатство компанії, яке потрібно розміщувати, розвивати, мотивувати разом з іншими ресурсами для того, щоб досягти стратегічних цілей компанії.

В Україні склалася ситуація, коли управлінню персоналом не приділяється достатньо уваги, технологія розробки і прийняття кадрових рішень є недосконалою і науково необґрунтованою, у більшості випадків відсутня орієнтація на досягнення соціальної ефективності в управлінні персоналом. Це



зв'язано з існуванням ряду проблем у сфері управління персоналом у підприємствах. Уся організаційно-управлінська діяльність, і насамперед мотиваційна, у сукупності спрямована на активізацію усіх внутрішніх ресурсів працівників і їх максимально ефективного використання.

Уміння ефективно управляти персоналом починається з малого – вміння визначити свої цілі, розуміти підлеглих, правильно розподіляти свій час, знімати стрес, контролювати себе і т. п. Можливо, саме ці, здавалося б, найпростіші істини і є джерелом успішної організації та роботи будь-якого підприємства.

Таким чином, актуальність дослідження проблем, пов'язаних із оптимізацією процесу управління персоналом, сьогодні важко перебільшити. Тому особливо гостро стоїть завдання організації управління підприємствами – створення цілком нових систем управління або внесення прогресивних змін у побудову і порядок функціонування діючих. Таким чином, дослідження процесів розвитку трудових ресурсів є передумовою успішного функціонування виробничої організації.

Наук. керівн. Самойленко В. В.

Література: 1. Горбунов В. М. Управління соціальним розвитком трудового колективу : конспект лекцій / В. М. Горбунов. – К. : МАУП, 2008. – 80 с. 2. Палеа Ю. І. Культура управління та підприємництва : навч.-метод. посібн. / Ю. І. Палеа, В. О. Кудін. – К. : МАУП, 2009. – 96 с. 3. Колпанов В. М. Методи управління : навч.-практ. посібн. / В. М. Колпанов. – К. : МАУП, 2009. – 160 с.

Каражакова О. О.

УДК 658.14

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність та основні компоненти комплексного підходу щодо управління прибутком підприємства; наведено модель прогнозування розміру прибутку.

Анотация. Раскрыты сущность и основные компоненты комплексного подхода по управлению прибылью предприятия; приведена модель прогнозирования размера прибыли.

Annotation. An essence and main components of an integrated approach to managing business income is discovered, the prediction model sizes profits is given.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, прогнозування прибутку.

В умовах динамічності економічної системи зростає роль прибутку в господарському процесі. Прибуток є показником, який найбільш повно відображає ефективність виробництва, обсяг і якість виготовленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів з науково-технічного та соціально-економічного розвитку підприємств, збільшення фонду оплати праці їх працівників, формуються бюджетні ресурси. Проте ряд теоретико-методологічних і практичних питань щодо процесу управління прибутком підприємства, його прогнозування залишаються недостатньо деталізованими, що обумовило написання даної статті.

Значний внесок у розвиток теорії управління прибутком внесли такі вчені-економісти, як: А. Піту [1], Ф. Найт [2], І. Шумпетер [3], Поддєрьогін В. М. [4], Бланк І. О. [5], Колесников В. І. [1], Мухін С. А. [1], Сітнін В. В. [5], Сичов Н. Г. [2] та ін. На основі їх праць було розроблено власний підхід щодо управління прибутком на підприємстві.

Запропонований комплексний підхід до управління прибутком підприємства включає такі складові: об'єкт, суб'єкт, методи та етапи управління. Важливе місце в розробленому підході займає прогнозування розміру прибутку, яке було здійснено за допомогою економіко-математичного моделювання.

У ролі результативного фактора обрано розмір прибутку підприємства, факторів впливу на результативний показник – обсяг реалізації продукції та розмір собівартості. Даний вибір зумовлено тим, що ці показники в найбільшій мірі впливають на розміри прибутку, що було підтверджено у процесі проведення кореляційного аналізу результатами матриці парної кореляції.

© Каражакова О. О., 2010



У результаті проведених розрахунків модель прийняла такий загальний вигляд:

$$yt = a_0 + a_1 \cdot t + a_2 \cdot x_1 + a_2 \cdot x_2 + a_3 \cdot S_1 + a_4 \cdot S_2 + a_3 \cdot S_3 + E,$$

де $a_1 \cdot t$ – тренд;

$$S_1 = \begin{cases} 1, \text{ якщо 1 квартал} \\ 0, \text{ інший} \end{cases};$$

E – випадковий фактор;

$$S_2 = \begin{cases} 1, \text{ якщо 2 квартал} \\ 0, \text{ інший} \end{cases};$$

t – фактор часу; $t = 1, 2, 3, \dots, 16$;

$$S_3 = \begin{cases} 1, \text{ якщо 3 квартал} \\ 0, \text{ інший} \end{cases}.$$

Y – розмір прибутку підприємства, тис. грн;

X_1 – обсяг реалізації послуг, тис. грн;

X_2 – собівартість послуг, тис. грн.

Фактор сезонності дозволяє враховувати коливання, пов'язані з особливостями економічної та фінансової діяльності підприємства. Як правило, фактор сезонності включають у вигляді додаткових коефіцієнтів при наявності фіктивних перемінних.

Четвертий квартал не увійшов у модель у зв'язку з наявністю мультиколінеарності.

Розрахунок параметрів моделей здійснювався за допомогою модуля "Multiple Regression" ППП "Statistica 6.0".

Дана прогнозна модель досить проста в застосуванні, не потребує багато часу та фінансових вкладень.

Наук. керівн. Шульга Г. Ю.

Література: 1. Петрович Й. М. Економіка підприємства / Й. М. Петрович, А. Ф. Кіт, В. В. Куліш. – Львів : Магнолія плюс, 2004. – 680 с. 2. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посібн. для студентів вищих навч. закладів. – 3-є вид. – К. : Каравела, 2006. – 584 с. 3. Самуельсон Т. П. Економіка / Т. П. Самуельсон ; перекл. з англ. – К. : Алгон, 2000. 4. Фінанси підприємств : підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2000. – 460 с. 5. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2006. 6. Бойчик І. М. Економіка підприємств / І. М. Бойчик, П. С. Харів. – Львів : Видавництво "Сполом", 2000. – 212 с.

УДК 336.77 (477)

Червоток А. Ю.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено теоретичні положення щодо розвитку кредитування фізичних осіб в Україні, розроблено напрямки розвитку кредитування, що можуть бути використані як в національному масштабі, так і в окремій організації.

Аннотация. Определены теоретические положения относительно развития кредитования физических лиц в Украине, разработаны направления развития кредитования, которые могут быть использованы как в национальном масштабе, так и в отдельной организации.

Annotation. The theoretical points of the development of natural person crediting in Ukraine are suggested, the directions of crediting development, that can be used both in national measures and in particular organization are studied.

Ключові слова: кредитування, споживчий кредит, кредитні бюро, спеціалізовані банки.

На сьогоднішній день більшість населення не може собі дозволити купувати товари тривалого користування за рахунок поточних доходів. Майже половина працездатного населення має доходи, які не перевищують прожиткового мінімуму.

© Червоток А. Ю., 2010



У цих умовах актуальність набуває вироблення концепції розвитку споживчого кредитування в Україні в умовах ринкової економіки. Особливо актуальним є вивчення закордонного досвіду і його творче використання стосовно умов вітчизняної економіки, що матиме позитивну роль і допоможе уникнути істотних помилок у побудові моделі економічного механізму стосунків партнерів у процесі кредитування.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних засад і методичних підходів до вирішення проблеми споживчого кредитування внесли вчені-економісти: В. Смирнов, І. Довдієнко, Шкрум Т. С., Пучковська І. І., Звоницький А. С. та ін.

В останній час споживче кредитування набуває все більшої актуальності. Пов'язано це з тим, що всі ланки суспільства прагнуть ефективно функціонувати, а без розвитку всіх напрямків банківської інфраструктури, насамперед споживчого кредитування, неможливий нормальний розвиток суспільства, а саме всіх його категорій (верст населення). Адже квартира, телевізор, меблі, холодильник та інші речі тривалого користування є вкрай необхідними для нормального існування людини як члена нашого високорозвинутого суспільства [1 – 2].

На цей час актуальним є пошук шляхів та розробка рекомендації щодо удосконалення споживчого кредитування в Україні. Доцільним є запровадження створення кредитних бюро, як національного масштабу, так і локального. Для сучасних умов існування ринку кредитування є необхідним для зменшення ризику неповернення кредитних коштів. Це викликано великою кількістю завдань, що ставляться перед банком у процесі видачі й оформленні кредиту, що зменшує час на об'єктивну оцінку платоспроможності клієнту. Йдеться про необхідність прискорення виходу з глибокої економічної кризи, фінансове стимулювання житлового питання, слабкість приватного капіталу і необхідність завдання державних важелів підтримки кредитування фізичних осіб [3].

Кожен виданий кредит повинен підкріплюватися страховою угодою даного кредиту. Головна мета страхування кредиту – забезпечення виплати кредитору грошових коштів у разі порушення позичальником зобов'язань із внесенням платежів за кредитом. Національна кредитна страхова компанія створюється на пайовій основі також за участю НБУ [4].

Гострим виявилось питання про доцільність створення в Україні спеціалізованих банків [3 – 5]. Частина науковців і практиків вважають, що система іпотечного кредитування буде ефективно функціонувати за наявності універсальних, а не спеціалізованих, комерційних банків. На погляд автора, те, що в національній банківській системі мала кількість спеціалізованих банків, вигідно сучасним неефективним вітчизняним комерційним банкам, які відвикли кредитувати виробничу сферу в необхідних для сталого економічного зростання обсягах.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Бажанов О. Є. Пошук шляхів залучення довгострокових фінансових ресурсів при кредитуванні : змішана модель рефінансування / О. Є. Бажанов // Економіка. – 2007. – № 3 (31). – С. 50–53. 2. Соботович О. Система кредитування фізичних осіб в Україні: проблеми та перспективи розвитку // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 10. – С. 3–5. 3. Волков С. Перспективи розвитку ринку кредитування в Україні / С. Волков, Г. Шемшученко // Вісник НБУ. – 2008. – № 6. – С. 49–55. 4. Юючко С. Іпотечное кредитование / С. Юючко // Слобода. – 2004. – № 37, 38. – С. 3. 5. Лагутін В. Споживчий кредит в Україні: перспективи і можливі наслідки / В. Лагутін // Банківська справа. – 2007. – № 4. – С. 42–51.

Конопля Ю. С.

УДК 005.591.6

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено теоретичні положення з організації інноваційної діяльності підприємства, розглянуто питання державної підтримки інноваційної діяльності підприємств, обмеженості ринкових механізмів щодо впровадження інновацій.

Аннотация. Отмечены теоретические положения по организации инновационной деятельности предприятия, рассматриваются вопросы государственной поддержки инновационной деятельности предприятия, ограниченности рыночных механизмов по внедрению инноваций.

© Конопля Ю. С., 2010

Annotation. The theoretical positions of organization of innovative enterprise activity are considered; the questions of state support of innovative activity of enterprises, limitations of market mechanisms concerning the innovatin contribution are studied.

Ключові слова: реформа, проекти, інноваційні завдання, інноваційна діяльність.

19 років тому Україна обрала шлях побудови незалежної держави, який виявився складним і, часом, драматичним, та став непростим випробуванням для українського суспільства. Протягом цього часу було розпочато низку важливих реформ. Але, на жаль, переважна більшість з них досі не доведена до логічного і результативного завершення або взагалі залишилася паперовими проектами. Не сформовані повністю інститути відкритого ринку, не відбудована відповідна ринковим умовам система соціального захисту і гарантій, не створені надійні політичні умови для забезпечення сталого розвитку суспільства і економіки. Наприкінці 80-х років ХХ століття питома вага економіки України (тоді – УРСР) у світовій економіці становила близько 2 %. Сьогодні – лише 0,2 % (за валютним курсом) [1].

Прагнення суб'єктів господарювання до економічного розвитку завжди наштовхується на необхідність розв'язання інноваційних завдань. І цілком очевидно, що у найближчій і довгостроковій перспективі максимізація саме інноваційного фактора стане вирішальною умовою стійкого розвитку економіки України. Цим шляхом ідуть розвинуті країни, і у нашого суспільства є всі передумови орієнтуватися на нього.

Але незважаючи на досить високий рівень науки, відомі у світі наукові школи, наявність значної кількості фахівців із вищою освітою у народному господарстві, запас нереалізованих винаходів в Україні спостерігається суттєва інноваційна криза промислового виробництва.

Згідно з Законом України "Про інноваційну діяльність" інноваційною діяльністю вважається діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [2].

Останнім часом стало очевидним, що програма економічних реформ в Україні потребує змін. Багато українських підприємств не готові ефективно проводити інноваційну політику й освоювати кошти інвесторів. До кількості ключових проблем підприємств варто віднести неефективність системи управління, у їхній діяльності відсутня інноваційна стратегія і багато хто стурбований тільки тим, як вижити сьогодні. І якщо взяти до уваги слабе знання ринку, неефективність фінансового управління, погане управління витратами, то стає зрозумілим, що тільки зміною зовнішнього макроекономічного середовища інвесторів не змусиш вкладати кошти в такі підприємства. Ще більш їх відлякує відсутність реальної відповідальності керівників підприємств перед акціонерами за наслідки прийнятих рішень, цілість і ефективне використання майна. Таким чином, реформа повинна спуститися з макrorівня на рівень конкретного підприємства, підприємствам необхідно провести реструктуризацію, реінжиніринг бізнес-процесів і навчитися жити в умовах ринку при створенні відповідних передумов і підтримки з боку держави. При виконанні відповідних вимог підприємство може одержати переваги при розподілі держінвестицій на конкурсній основі, можливість реструктурування боргу перед бюджетом і позабюджетними фондами, право на прискорену амортизацію і на одержання державних гарантій та ін.

Питання виявлення ролі державного регулювання в забезпеченні інноваційної діяльності є актуальним для України і знайшло відображення в багатьох наукових працях. Так, розгляду цієї проблеми присвятили свої праці такі українські вчені: Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук, Н. Чухрай, Ю. Бажал, О. Лапко, А. Пересада та ін. Разом з тим проблема виявлення ролі державного регулювання у забезпеченні інноваційної діяльності в Україні залишається недостатньо дослідженою.

Необхідність регулювання та стимулювання інноваційної діяльності, з одного боку, пов'язана із зростаючим значенням інновацій для стабілізації соціально-економічного розвитку суспільства та зміцнення національної безпеки, з іншого боку, обумовлена обмеженістю ринкових механізмів у галузі отримання та впровадження науково-технічних результатів. Крім цього, необхідність стимулювання нововведень на Україні спричинена кризовими тенденціями в науці, виробництві та потребою прискорення відновлювального економічного зростання.

Таким чином, модернізація української економіки на засадах інноваційного розвитку має забезпечуватися комплексним застосуванням усіх доступних важелів економічної політики та запобіганням конфлікту між їхніми впливами та між вирішенням стратегічних і поточних завдань. За цих умов інноваційна діяльність, як така, що за визначенням веде до підвищення рівня прибутковості національних підприємств, може стати реальним полем для багатогранної співпраці держави і бізнесу.

Наук. керівн. Гриньова В. М.

Література: 1. Україна-2015: Національна стратегія розвитку. – К., 2008. – 74 с. 2. Закон України "Про інноваційну діяльність" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 3. Коюда В. О. Інноваційна діяльність в Україні / В. О. Коюда, В. Ф. Колесниченко // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 99–102. 4. Алексеева К. А. Удосконалення організаційно-економічного регулювання інноваційної діяльності / К. А. Алексеева // Економіка та держава. – 2008. – № 9. – С. 30–32.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто підходи до трактування сутності прибутку та основні фактори впливу на нього для підвищення прибуткової діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены подходы к трактовке сущности прибыли и основные факторы влияния на нее для повышения прибыльной деятельности предприятия.

Annotation. The approaches to treatment of essence of profit and major factors of influence on it for increase of profitable activity of the enterprise are considered.

Ключові слова: прибуток, підприємство, ефективна діяльність, фактор впливу на прибуток.

Прибуток – один з основних фінансових показників плану й оцінки господарської діяльності організації. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів щодо науково-технічного й соціально-економічного розвитку, збільшення фонду оплати праці.

Поняття "прибуток" має різні значення з погляду організації, споживача й держави. Але у всіх випадках воно означає одержання вигоди. Якщо організація працює прибутково, то це означає те, що покупець, здобуваючи товари в продавця задовольняє свої потреби, а держава за рахунок вступників податків від продажу фінансує соціальні завдання й підтримує збиткові об'єкти.

Неоднозначне трактування прибутку існує і у вітчизняному законодавстві. Так, у Законі України "Про оподаткування прибутку підприємств" дається визначення прибутку як об'єкта оподаткування: "Об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається шляхом зменшення скорегованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань" [1, ст. 3]. Згідно зі стандартами бухгалтерського обліку: "Прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати" [2]. При цьому розрізняються такі види прибутку, як чистий прибуток, валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток звичайної діяльності до оподаткування, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайної діяльності.

Наявність прибутку свідчить не тільки про ефективну діяльність підприємства. Прибуток є джерелом власних коштів підприємства. Завдяки рефінансуванню його частини у власний капітал підприємство отримує безоплатні можливості для розширення своєї діяльності, підвищення фінансової стійкості і можливості скоротити об'єми кредитів, що залучаються.

На величину прибутку впливає сукупність багатьох факторів, які необхідно враховувати в процесі управління. Ці фактори можна розділити на дві великі групи: зовнішні, які не залежать від підприємства, і внутрішні, на які підприємство може впливати [2].

Зовнішні фактори, як правило, не залежать від підприємницької діяльності. Фінансовий менеджер повинен їх враховувати при обґрунтуванні управлінських рішень. До них належать фактори, пов'язані із загальною економічною ситуацією, з рівнем інфляції, специфікою окремих товарних ринків, з впливом природних, географічних, транспортних і технічних умов на виробництво та реалізацію продукції.

Внутрішні фактори є безпосереднім об'єктом впливу з боку управлінської системи підприємства та джерелом збільшення прибутку за рахунок їх втілення в систему конкретних заходів і практичної реалізації.

Фактори, що впливають на величину прибутку, можна розділити на дві групи. У першу групу відносять так звані основні фактори, які безпосередньо впливають на обсяг прибутку енергетичного підприємства. До них відносяться: сальдо доходів і видатків по позареалізаційних операціях, прибуток (збиток) від реалізації основних виробничих запасів. До другої групи відносять так звані взаємозалежні фактори: витрати обігу, фондоозброєність працівників, податкоємність підприємства, чисельність працівників підприємства, оборотність і склад капіталу [3].

Що стосується основних факторів, які впливають на прибуток, то можна сказати, що на практиці валовий (балансовий) прибуток в основному створюється за рахунок прибутку від реалізації товарів, але він може бути збільшений (зменшений) на величину прибутку від неторгової діяльності підприємства, на величину виявленого позитивного (негативного) сальдо по позареалізаційних операціях, на величину прибутку, отриманого від реалізації основних фондів (причому прибуток (збиток) від реалізації основних фондів становить різницю між продажною (ринковою) і первісною їхньою ціною або залишковою вартістю з урахуванням переоцінок, викликаних інфляцією. Якщо виявлене перевищення первісної вартості й понесених витрат, пов'язаних з вибуттям ос-

новних фондів і іншого майна, над сумою виторгу від реалізації, то відповідно на величину цього перевищення зменшується валовий прибуток підприємства. Якщо навпаки, сума виторгу перевищує первісну вартість і видатки по вибуттю основних фондів та іншого майна, валовий прибуток збільшується на цю різницю).

Усі ці фактори безпосередньо впливають на підвищення прибуткової діяльності підприємства.

Таким чином, наявність прибутку та його зростання є основою ефективної діяльності підприємства. Однак багато вітчизняних підприємств працюють збитково і залишаються без можливості отримання власних коштів для свого розвитку.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про оподаткування прибутку підприємства" // Урядовий кур'єр. – 1997. – № 105–106. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік. – 2001. – № 37. – С. 3–64. 3. Офіційний сайт державного комітету статистики України. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

УДК 658.8

Мар'єнкова Ю. В.

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено теоретичні положення щодо розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій у системі маркетингової політики підприємства, уточнено роль та місце інтегрованих маркетингових комунікацій у контексті сприйняття їх споживачами.

Аннотация. Определены теоретические положения по развитию интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе маркетинговой политики предприятия, уточнены роль и место интегрированных маркетинговых коммуникаций в контексте их восприятия потребителями.

Annotation. The theoretical positions in relation to development of integrated marketing communications in the system of marketing policy of enterprise are substantiated, a role and place of integrated marketing communications in the context of perception their users is specified.

Ключові слова: маркетинг, споживач, інтегровані маркетингові комунікації.

За ринкових умов проблема забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання набуває особливої значущості. Використання сучасних інструментів маркетингової політики стає метою та передумовою розвитку вітчизняних підприємств. Найбільш гостро ця проблема постає у сфері виробництва продовольчих товарів. Специфіка споживчого попиту, галузеві особливості та динамізм розвитку підприємств зумовлюють активне застосування різних форм конкуренції, які виявляються у формуванні та підтримці його позитивного іміджу. Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах відведено інтегрованим маркетинговим комунікаціям (далі ІМК).

Окремі проблеми розвитку ІМК досліджували: К. Мозер, П. Дойль, Маслова Т. Д. та ін. Розгляд їх як ресурсу представлено у працях Павленка А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О. та ін. Особливості формування та розвитку ІМК розглянуто у працях Р. Лемана, Бланка І. О., Мазаракі А. А.

Теоретичні нароби і практика господарської діяльності свідчать про недостатню розробку принципово важливих питань, пов'язаних з визначенням сутності інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємствах, організаційно-інформаційним забезпеченням процесу їх реалізації, обґрунтуванням бюджету маркетингових комунікацій та його розподілу, тому в рамках статті необхідно узагальнити теоретичні положення та розкрити економічну сутність поняття "ІМК".

Незважаючи на популярність інноваційного підходу до ІМК, на сьогодні не існує визначення, яке б точно передавало їх сутність. Аналізуючи інтегровані комунікації, різні вчені описували різні складові, що визначали їх сутність [1–3]. Можна виділити такі елементи: 1) стратегічний характер; 2) управління всіма аспектами комунікації; 3) синтез та інтеграція комунікативних середовищ; 4) орієнтація на споживача; 5) поліпшення бренда та репутації; 6) збільшення прибутку та додаткової вартості; 7) лояльність споживачів; 8) досягнення конкурентних переваг; 9) забезпечення позиціонування підприємства; 10) презентація місії підприємства; 11) інтеграція та узгодження місії і стратегії підприємства.

© Мар'єнкова Ю. В., 2010



ва; 12) створення комунікаційних відносин. Відповідно, ІМК передбачають використання комплексного впливу на аудиторію.

Отже, ІМК – це концепція планування, яка пов'язана з необхідністю оцінювання стратегічної ролі окремих напрямів (реклами, стимулювання збуту, персонального продажу і т. д.) і пошуком оптимального їх поєднання для забезпечення чіткості, послідовності і максимізації впливу окремих комунікаційних акцій на споживача [4].

Застосування інтегрованого підходу змінює тенденції використання маркетингових комунікацій: замість одного напрямку надання інформації цільовій аудиторії в системі ІМК застосовують усі елементи, які можуть сприяти виконанню цілей комунікації, що збільшує можливість отримання синергійного ефекту. Склад комунікацій-мікс необхідно підбирати індивідуально для різних сегментів ринку та різних ринкових ситуацій з метою мінімізації витрат та збільшення кількості і якості контактів з цільовою аудиторією.

Таким чином, ІМК посилюють лояльність та прихильність до товарної марки за рахунок концентрації зусиль на довгострокових стосунках із учасниками маркетингового процесу та мають на меті створення гармонійного образу підприємства. Отже, ІМК слід вважати комплексом взаємопов'язаних елементів, що посилюють ефект від впливу один одного на кінцевого споживача.

Наук. керівн. Грузіна І. А.

Література: 1. Берет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Берет, С. Мариати ; пер. с англ. // под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с. 2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 896 с. 3. Шульц Д. Стратегические бренд-коммуникационные компании / Д. Шульц, Б. Барнс. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. – 512 с. 4. Армстронг Г. Маркетинг. Общий курс / Г. Армстронг, Ф. Котлер ; пер. с англ. – 5-е изд. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2001. – 608 с.

Новіков Д. А.

УДК 332.133

Студент 5 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ З МІЦНЕННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ЗАЛЕЖНОСТІ МІЖ ЙОГО РЕАЛЬНИМ РІВНЕМ І РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ РЕАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Обґрунтовано напрями вдосконалення якісних характеристик трудового потенціалу регіону на основі результатів аналізу регресійної моделі, що показує вплив частинних показників-факторів на результати економічної діяльності регіону.

Аннотация. Обоснованы направления совершенствования качественных характеристик трудового потенциала региона на основе результатов анализа регрессионной модели, которая отражает влияние частных показателей факторов на результаты экономической деятельности региона.

Annotation. The directions of the labor regional potential quality descriptions improving based on the results of regression analysis of model are considered, which reflects the particular factors influence on the regional economic activity performance results.

Ключові слова: трудовий потенціал регіону, фактори, що впливають на результативність діяльності регіону, часткові показники трудового потенціалу регіону.

Основним принципом ринкової економіки є раціональне використання ресурсів для досягнення поставлених цілей, що полягають у виробництві конкурентоспроможної продукції. Прийняття рішень щодо зміцнення трудового потенціалу передбачає створення інформаційної бази, яка б була адекватною сучасним потребам економіки. Теоретико-методичним питанням управління трудовим потенціалом приділено багато уваги вчених-економістів, таких, як І. Бажан, Н. Глевацька, В. Гриньова, І. Джаїн, М. Долішний, В. Пономаренко [1 – 6], але складні завдання, які потрібно вирішувати для забезпечення економічного і соціального розвитку територій, потребують постійного вдосконалення.

© Новіков Д. А., 2010

сконалювання теоретико-методичних підходів для їх вирішення. Тому метою статті є визначення та обґрунтування залежності між компонентною структурою трудового потенціалу регіону та результативністю його реалізації. Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: сформовано сукупність факторів, що характеризують компонентну структуру трудового потенціалу регіону; розрахувати регресійну модель, яка характеризує вплив частинних показників-факторів на валовий регіональний продукт; обґрунтовано рекомендації щодо зміцнення трудового потенціалу регіону.

Забезпечення стабільного зростання валового регіонального продукту зумовлене комплексом певних факторів, більшість з яких можна кількісно виміряти. Кореляційно-регресійні моделі дозволяють виявити залежність результативного показника від конкретних показників-факторів трудового потенціалу регіону. Загальний вид економіко-математичної моделі має такий вид:

$$\text{ВРП} = X_0 + X_1 \times \text{ЕАН} + X_2 \times \text{ЗН} + X_4 \times \text{БН} + X_4 \times \text{ВПрЕП} + X_5 \times \text{ПРС} + X_6 \times \text{НРМ} + X_7 \times \text{ПК} + X_8 \times \text{ПКК} + X_9 \times \text{ФВК}, \quad (1)$$

де ВРП – співвідношення валового регіонального продукту на одну особу в регіоні та країні;

ЕАН – співвідношення кількості економічно активного населення у регіоні та країні;

ЗН – співвідношення кількості зайнятого населення у регіоні та країні;

БН – співвідношення кількості безробітного населення у регіоні та країні;

ВПрЕП – співвідношення кількості вивільнених працівників з економічних причин у регіоні та країні;

ПРС – співвідношення попиту на робочу силу в регіоні та країні;

НРМ – співвідношення кількості незайнятих трудовою діяльністю громадян на одне вільне робоче місце;

ПК – співвідношення кількості підготовлених кадрів у регіоні та країні;

ПКК – співвідношення кількості кадрів, що підвищили кваліфікацію в регіоні та країні;

ФВК – співвідношення кількості фахівців вищої кваліфікації в регіоні та країні.

Визначення впливу трудових факторів на валовий регіональний продукт передбачає реалізацію таких етапів:

1. Формування таблиць вихідних даних за сукупністю показників форм статистичної звітності.

2. Обґрунтування доцільності введення факторів до моделі, при цьому проводиться попереднє дослідження, теоретичний аналіз та математико-статистичний аналіз факторів. На цьому етапі здійснюється перевірка основних припущень класичного регресійного аналізу. Необхідно враховувати проблему мультиколінеарності, тому що при подальшому розрахунку колінеарні фактори мають бути вилученими.

3. Побудова ймовірно-статистичної моделі у вигляді багатфакторного рівняння регресії, у якій результативний показник (Y) характеризує валовий регіональний продукт. Незалежними змінними (x_1, x_2, \dots, x_n) є фактори, що характеризують трудовий потенціал регіону. Ця модель повинна бути адекватною та побудована на значущих факторах.

4. Перевірка побудованої моделі на адекватність. В економіко-статистичній моделі присутні фактори x_1, x_2, \dots, x_n , показник Y і параметри $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n, a_{ij}$, що характеризують модель конкретного економічного процесу. При цьому завдання дослідження полягає в тому, щоб знайти такі значення параметрів $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n, a_{ij}$, за яких теоретичні значення у будуть найменше відхилятися від фактичних Y. Після того як знайдено параметри, треба перевірити отриману залежність на адекватність цієї функції.

5. Кількісна оцінка ступеня впливу довільного i-го фактора на результативний показник на основі використання коефіцієнта еластичності.

У результаті реалізації запропонованих етапів було отримано частковий вид моделі:

$$\text{ВРП} = 0,887 - 0,069 \times \text{ВПрЕП} - 0,059 \times \text{НРМ} + 0,894 \times \text{ФВК}. \quad (2)$$

Перевірка даної моделі на адекватність показала, що результати її аналізу можна застосувати для обґрунтування напрямів покращення якісних характеристик трудового потенціалу регіону (коефіцієнт кореляції 0,879; коефіцієнт детермінації 0,774; фактичні значення t-розподілу Стюдента перевищують їх критичні значення; фактичне значення F-критерію Фішера перевищує критичне значення: $F_{\text{факт}} = 7,66 > F_{\text{кр } 0,05;12;47} = 3,10$). Таким чином, модель (2) відповідає всім статистичним вимогам, що висуваються до подібних рівнянь регресії, і може бути застосована для проведення аналізу залежності результативності економічної діяльності в регіоні від показників-факторів трудового потенціалу регіону.

Результати розрахунку коефіцієнтів еластичності факторів моделі та частки їх впливу на результативний показник показали, що максимальний позитивний вплив на обсяги валового регіонального продукту має фактор, який характеризує співвідношення кількості фахівців вищої кваліфікації в регіоні та країні (22 %), так при зміні цього фактора на 1 %, результативний показник зростає на 0,03 %; а максимальний негативний вплив – фактор, що характеризує співвідношення кількості незайнятих трудовою діяльністю громадян на одне вільне робоче місце (76 %), так, при зростанні цього фактора на 1 % результативний зменшується на 0,1 %.

Таким чином, для покращення узагальнюючого показника, що характеризує економічні результати діяльності регіону, необхідно: раціоналізувати професійно-кваліфікаційну структуру робочої сили, вивчати і прогнозувати потребу економіки у фахівцях певних професій і кваліфікації,



підвищувати рівень кваліфікації кадрів, знижувати безробіття, створюючи нові робочі місця, і бути готовими в кризових ситуаціях зберегти трудовий потенціал регіону.

Наук. керівн. Гриньова В. М.

Література: 1. Бажан І. І. Трудовий потенціал України : формування та використання : монографія / І. І. Бажан. – Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 144 с. 2. Глевацька Н. М. Конкуренентоспроможність робочої сили регіону : методологія та напрями забезпечення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.09.01 "Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика" / Н. М. Глевацька. – К., 2006. – 20 с. 3. Гринева В. Н. Методика оцінки трудового потенціала регіону / В. Н. Гринева, М. Н. Новикова // Бизнес Информ. – 2006. – № 3. – С. 90–93. 4. Джаїн І. О. Оцінка трудового потенціалу : монографія / І. О. Джаїн. – Суми : ІТЛ "Університетська книга", 2002. – 250 с. 5. Долішній М. І. Трудовий потенціал : теорія і практика : монографія / М. І. Долішній, С. М. Злупка. – К : Наукова думка, 1994. – 264 с. 6. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом : монографія / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Новикова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с.

Снурнікова В. А.

УДК 332.146:330.322

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНУ

Анотація. Розкрито сутність поняття інвестиційної політики та обґрунтовано необхідність її формування для розвитку економіки регіону.

Аннотация. Раскрыта сущность понятия инвестиционная политика и обоснована необходимость ее формирования для развития экономики региона.

Annotation. An essence of concept "Investment policy" is exposed and the necessity of its forming for development of economy of region is grounded.

Ключові слова: інвестиційна політика, інвестиції, інвестиційна діяльність, формування інвестиційної політики.

У період трансформації економіки суттєво зростає роль інвестиційної політики в регіоні. Від інтенсивності й результативності інвестиційних процесів залежить успіх перетворень насамперед у сферах економічного, політичного та соціального життя, побудова цивілізованого суспільства.

В Україні формується регіональна інвестиційна політика, адекватна умовам ринкової економіки. Все більшою мірою вона стає політикою самих регіонів, а не лише центру. Без об'єднання зусиль центральних, регіональних, місцевих органів влади, державного й альтернативного секторів економіки важко розраховувати на достатньо швидке подолання інвестиційного спаду в країні, на перехід економіки в стадію оживлення, а згодом і піднесення.

Інвестиції – нове явище в економіці і праві України. Ряд авторів [1; 2] вважає, що інвестиції – це обмін визначеної сьогодишньої вартості на можливо невизначену майбутню вартість вкладеного капіталу. Інші трактують поняття інвестиції як використання фінансових ресурсів у формі довгострокових вкладень капіталу [3], або як вкладення капіталу з метою його подальшого збільшення [4].

Інвестиційна політика – це комплекс урядових рішень, що визначають основні напрями використання капіталовкладень в економіку, різні її сфери та галузі. Інвестиційна політика визначається станом економіки, основним завданням національного господарства у виробництві; науково-технічному і соціальному розвитку країни. Ситуація в інвестиційній політиці є своєрідним барометром стану справ в економіці. Якщо інвестиційний процес має тенденцію до зниження, то немає того каталізатора, який необхідний для кардинальної перебудови національного господарства. При цьому і сам по собі інвестиційний комплекс виявляється "втягнутим" в економічну кризу в числі перших, а виходить з неї – в числі останніх.

Ефективна діяльність регіону, забезпечення темпів розвитку і підвищення конкурентоспроможності значною мірою визначається ефективністю інвестиційної політики та масштабами інвестиційної діяльності. Здійснення інвестиційної діяльності регіону вимагає обґрунтування управлінських рішень у галузі розробки ефективних напрямків збільшення притоку інвестицій та значних нарощувань обсягів інвестицій у регіональне господарство.

© Снурнікова В. А., 2010

Таким чином, проблема розробки та формування інвестиційної політики регіону є слабкість централізованого державного регулювання інвестиційної діяльності, що обумовлює посилення ролі регіонів в активізації інвестиційних процесів. Підвищення ролі регіонів в активізації інвестицій здійснюється за декількома напрямками, серед яких: підтримка інвестиції місцевою владою шляхом надання пільг; формування інвестиційної відкритості та привабливості регіонів; активізація діяльності щодо залучення іноземних інвестицій, формування інвестиційної інфраструктури (заставних фондів, страхових компаній, розвиток бізнес-центрів).

Наук. керівн. Новікова М. М.

Література: 1. Вакарин С. И. Инвестиции в Украине [Общая характеристика рынка инвестиций] / С. И. Вакарин. – К. : РИК "ІДА", 2001. – 94 с. 2. Гетман Л. Дж. Основы инвестирования / Л. Дж. Гетман, М. Д. Джонк ; пер. с англ. – М. : Дело, 1997. – 1008 с. 3. Мелкумов Я. С. Экономическая оценка эффективности инвестиций / Я. С. Мелкумов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 160 с. 4. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2001. – 448 с.

УДК 005.95

Шпагіна М. С.

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто і вирішено проблеми відсутності зв'язку між результатами діяльності та розміром премії кожного працівника на основі впровадження системи оцінювання праці.

Аннотация. Рассмотрены и решены проблемы отсутствия связи между результатами деятельности и раз мером премии каждого работника на основе внедрения системы оценивания труда.

Annotation. The problem lack of connection between performance and size of awards each employee are studied and worked out based on the introduction of assessment work.

Ключові слова: результати праці, премія, мотивація.

Кожне підприємство, яке бажає успішно функціонувати у мінливих економічних умовах, повинне постійно шукати шляхи удосконалення своєї діяльності. У такій ситуації слід приділяти увагу раціональному використанню всіх видів ресурсів, що знаходяться у розпорядженні підприємства. Одним з найважливіших ресурсів є персонал. Запорука успішної діяльності організації – це його персонал зі своїми навичками, вміннями, кваліфікацією та ідеями. Постійний розвиток персоналу, пошук нових підходів до управління ним – є необхідними атрибутами успішного функціонування підприємства.

Метою даної статті є вирішення проблеми відсутності зв'язку між результатами праці та розміром премії кожного робітника на основі розробки методичних рекомендацій щодо удосконалення системи управління персоналом державного підприємства на підставі оцінки та мотивації високоефективної діяльності кожного працівника.

Питанням оцінки та стимулювання праці присвячені роботи багатьох відомих економістів, серед яких А. Колот, В. Жуковська, В. Гоц та ін. [1 – 3]. Керівникам підприємств пропонується безліч різних підходів до оцінки та мотивації праці. У кожному з них є раціональне зерно. І все ж таки будь-який з цих підходів недосконалий як теоретично, так і практично через виникнення різноманітних ситуацій, які залежать від особливостей діяльності кожного окремого підприємства.

Основним і універсальним мотивуючим чинником для людини служить рівень матеріального винагородження, оскільки гроші є засобом, який може забезпечити реалізацію багатьох його потреб. Однак співробітника найбільше може демотивувати не стільки невисока зарплата, скільки відчуття несправедливості, коли колеги, які виконують роботу краще, при цьому одержують нарівні з усіма або навіть менше. Таким чином характер і величина винагороди, одержуваної співробітником за свою працю, безпосередньо впливає на здатність організації мотивувати персонал. Методи плати за результати встановлюють пряму залежність між величиною винагороди та результатами роботи одного співробітника, підрозділу чи організації в цілому. З огляду на це, оплата праці повинна бути жорстко прив'язана до результату. Досягти цього можна шляхом розробки і впровадження комплексних систем оцінки та преміювання високопродуктивної праці персоналу.

© Шпагіна М. С., 2010



Для того щоб преміювання відіграло значну роль у мотивації праці персоналу, на підприємстві повинна проводитись оцінка діяльності персоналу, за результатами якої і буде розподілятися преміальний фонд. Умовами отримання премії має бути виконання працівником попередньо встановлених критеріїв, які вимірюються та контролюються. Премія є змінним складником винагородження, вона не завжди може бути нарахованою. Використання такого підходу дозволить домогтися підвищення продуктивності праці за рахунок матеріальної зацікавленості співробітників.

Слід зазначити, що кожна організація обирає найпридатніші для неї метод і техніку оцінювання на основі особливостей його діяльності, наявних коштів, зважаючи на компетентність осіб, яким можна доручити цю важливу й складну роботу. Система управління персоналом повинна передбачати широке використання результатів оцінки персоналу, адже кожна організація прагне зберегти найліпші кадри, створити їм умови для професійно-кваліфікаційного зростання і одночасно позбутися працівників інертних, малокваліфікованих, безперспективних.

В умовах становлення ринкової економіки в нашій країні особливе значення набувають питання практичного застосування сучасних форм управління персоналом, що дозволяють підвищити соціально-економічну ефективність будь-якого виробництва.

Наук. керівн. Грузіна І. А.

Література: 1. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу : навч. посібн. / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 1998. – 224 с. 2. Жуковська В. М. Система оцінки та напрями підвищення ефективності управління персоналом / В. М. Жуковська // Вісн. Донец. держ. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2001. – Вип. 4. – Ч. 1. – 261 с. 3. Гоц В. Я. Премии в системе оплаты труда. Вознаграждение за общие результаты работы по итогам за год : Текст лекций / В. Я. Гоц. – Харьков : Харьк. юрид. ин-т., 1987. – 36 с.

Корнієнко А. О.

УДК [339.13:659.1]:338.1(477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВПЛИВ РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто особливості ринку рекламних послуг, встановлено кореляційну залежність між витратами на рекламу та змінами ВВП в Україні, визначено доцільність розвитку рекламної індустрії для економічного зростання.

Аннотация. Рассмотрены особенности рынка рекламных услуг, установлена корреляционная зависимость между расходами на рекламу и изменениями ВВП в Украине, определена целесообразность развития рекламной индустрии для экономического роста.

Annotation. The features of the market of advertising, the correlation between expenditure on advertising and changes in GDP in Ukraine was established, the feasibility of the advertising industry for economic growth was determined.

Ключові слова: реклама, ринок рекламних послуг, споживання, ВВП, економічне зростання, економічна модель, бренд.

Активізація рекламної діяльності країни є важливою складовою її економічного розвитку: зростання витрат на рекламу є фактором збільшення обсягу споживання, який, у свою чергу, впливає на обсяг ВВП.

Актуальність розвитку рекламного ринку в Україні полягає в тому, що реклама є саме тим чинником, під дією якого можливе пожвавлення економіки. Формування попиту серед споживачів, стимулювання збуту, зростання конкуренції між підприємствами – основні наслідки високої рекламної активності в країні, і водночас необхідні умови для економічного зростання [1]. В умовах, коли необхідна стратегія "реанімації" економік світу, зокрема України, ефективна рекламна політика стає невід'ємною складовою стратегії економічного зростання в цілому. Причиною відставання ринку реклами в Україні від світових показників є затяжний трансформаційний період економіки: незважаючи на сьогодишній статус економіки України як ринкової, їй залишаються притаманні певні ознаки перехідної. У сучасних умовах значення ринку рекламних послуг зростає, що зумовлює необхідність системного вивчення аспектів, пов'язаних із його функціонуванням і прогнозуванням.

Метою даної роботи є визначення залежності між природом асигнувань на рекламу і природом обсягу ВВП в Україні та основних напрямків розвитку ринку рекламних послуг.

© Корнієнко А. О., 2010

Теоретико-практичні питання рекламної діяльності в різні часи розглядалися багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими: А. Бове, Борук М. А., Васильєв Г. А., Вітренко А. О., О. Горлов, Ф. Котлер, Ч. Янг та ін. Проте багато аспектів, пов'язаних з проблемами ринку рекламних послуг, як і рекомендації щодо ефективного управління рекламною діяльністю, досі залишаються не розглянутими.

У різних сучасних економічних теоріях сутність реклами тлумачать суперечливо [2]: як джерело недосконалої конкуренції (Е. Чемберлен), як чинник посилення конкуренції (П. Саффа), як неринковий продукт, оскільки споживач не може впливати на обсяг реклами (Н. Калдор), як чинник впливу на культуру, менталітет та колективну свідомість (Т. Веблен), як наркотик, спрямований на необмежене споживання (Ж. Дюамель), як засіб формування смаків і потреб (Дж. Стіглер), як засіб формування ідеології споживання (Ф. Котлер [3]) тощо.

Відповідно до Закону України "Про рекламу", реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких осіб чи товару [4].

В Україні ринок реклами почав стрімкий розвиток у 2003 – 2007 рр., проте у 2008 році відбувся значний спад порівняно з 2007 р. на 25,6 %, і поживлення ринку спостерігалось лише наприкінці 2009 р. – на 2,8 % порівняно з 2008 р. [5] (рис. 1).

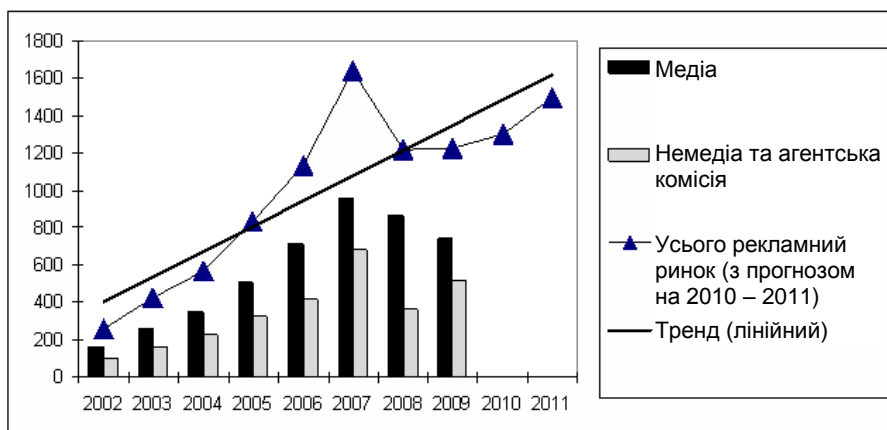


Рис.1. Динаміка ринку рекламних послуг України 2002 – 2011 рр. (прогноз)

Ця тенденція вказує на гальмування не лише рекламної індустрії в Україні, але й зростання ВВП у 2008 – 2009 рр., а отже, й усіх вихідних показників економічного зростання, проте спеціалісти Cortex роблять позитивний прогноз щодо перспектив ринку в 2010 – 2011 рр. Такий вплив реклами на ВВП здійснюється через причинно-наслідковий зв'язок між приростом асигнувань на рекламу та приростом обсягу споживання, який впливає на обсяг ВВП. Чарльз Янг, американський вчений, вивів математичну залежність між цими природними величинами, зміст якої полягає в тому, що для економіки періоду піднесення зростання витрат на рекламу на 1 % порівняно з приростом ВВП спричиняє зростання обсягу споживання на 0,1 % [6]. При цьому співвідношенні на 1 дол. США приросту витрат на рекламу досягається приріст доходу 16 дол. США. Мультиплікативний ефект приросту доходів від інвестицій у рекламну діяльність можна пояснити двома основними причинами [7]. По-перше, тим, що ці інвестиції спрямовуються на стимулювання автономного, тобто незалежного від рівня доходів попиту. По-друге, тим, що приріст інвестиційних витрат у рекламну діяльність на одного споживача зменшується пропорційно до зростання чисельності споживачів, а приріст споживання рекламованих товарів зростає пропорційно до чисельності споживачів. Проте мультиплікативний ефект може мати різну силу залежно від особливостей економіки країни.

Дію закону Ч. Янга в українській економіці підтверджує регресійний аналіз залежності ВВП від витрат на рекламу в попередньому році.

Таблиця 1

Визначення залежності між приростом ВВП і приростом витрат на рекламу в попередньому році

Макропоказник		2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.
Зростання ВВП (реальний),%	y	9,40	12,10	2,70	7,10	7,30	2,10	-15,0
Зростання витрат на рекламу,%	x	62,00	35,80	45,50	36,30	45,10	-25,60	2,80

Коефіцієнт коваріації: $\mu = \overline{xy} - \bar{x} * \bar{y} = 228,79$.

Коефіцієнт кореляції: $r = \mu / (\sigma x * \sigma y) = 0,9625$, що вказує на сильну кореляційну залежність між показниками зростання ВВП та зростання витрат на рекламу.

Коефіцієнт кореляції та коефіцієнт регресії, що були розраховані методом найменших квадратів у MS Excel, наведені в табл. 2.

Кореляційно-регресійний аналіз залежності ВВП від витрат на рекламу

Коваріація	μ	228,79
Кореляція	r	0,9625
Коефіцієнт регресії	b	0,2987

Коефіцієнт регресії, рівний 0,2987, означає, що при зміні показника Δ (відсоток зростання витрат на рекламу у n -му році) на 1, відбудеться приріст показника y (відсоток росту ВВП у $n+1$ -му році) в середньому на 0,3. Отже, приріст витрат на рекламу на 1 % сприяє приросту ВВП в наступному році на 0,3 %. Таким чином можна простежити зв'язок зростання ВВП в країні цього року залежно від зростання витрат на рекламу в попередньому році (рис. 2).

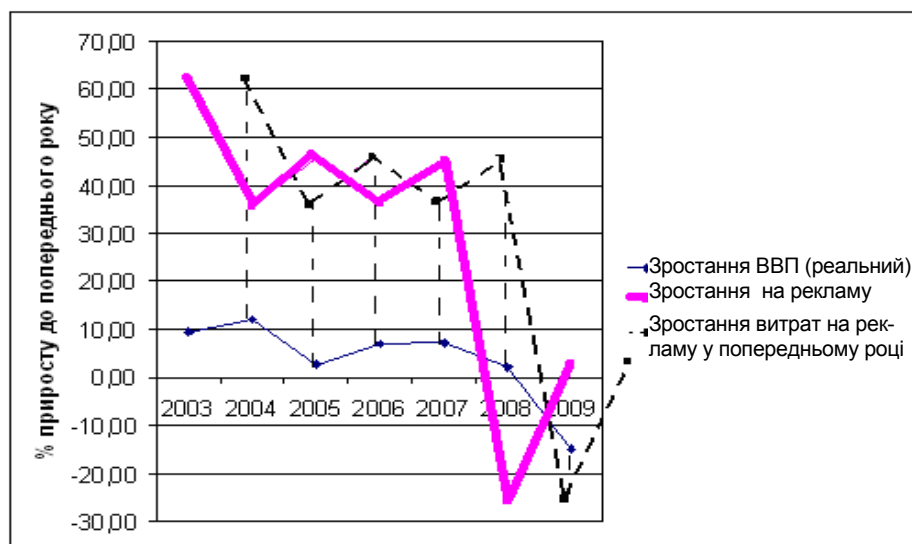


Рис. 2. Залежність зростання ВВП в Україні від зростання рекламного ринку у попередньому році, 2003 – 2009 рр.

Така залежність підтверджує важливість розвитку рекламного ринку в країні для зростання економіки в цілому.

Аналіз розвитку ринку рекламних послуг в Україні дозволяє виділити такі тенденції: обсяг ринку рекламних послуг виріс з 2002 р до 2009 р. майже в 5 разів (приріст склав 371,15 %); динаміка структурних змін за видами реклами на ринку визначається зростанням частки невідкладної реклами; серед медійної реклами зростає питома вага реклами в пресі, внутрішньої та в Internet (рис. 3).

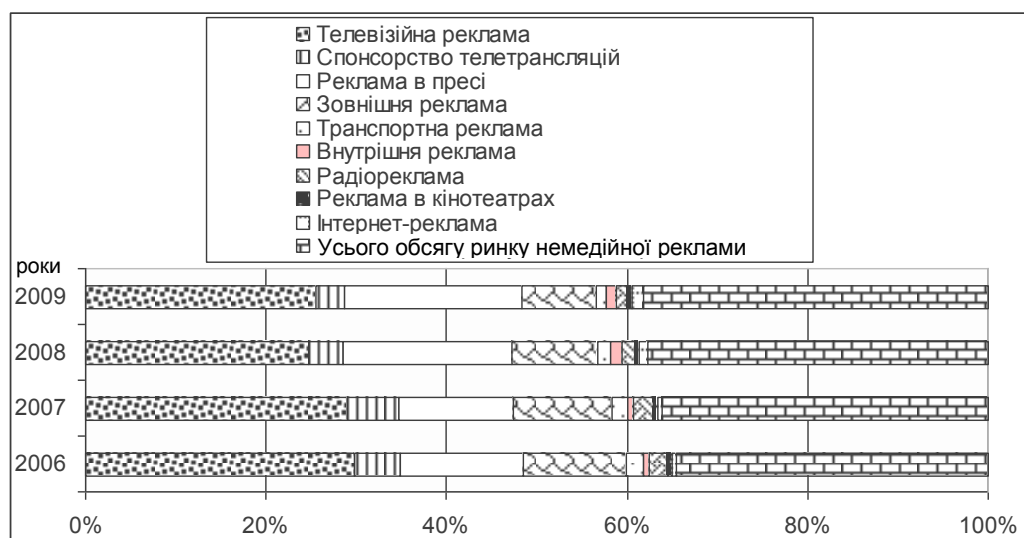


Рис. 3. Динаміка змін структури ринку реклами (за видами) в Україні

Якщо ж оцінювати ринок рекламних послуг України у світовому масштабі, то за даними по витратах на рекламу [8] та ВВП на душу населення по країнах за 2009 рік [9] можна простежити, що Україна відстає не лише від провідних країн світу, проте й від більшості країн колишнього СРСР (рис. 4).

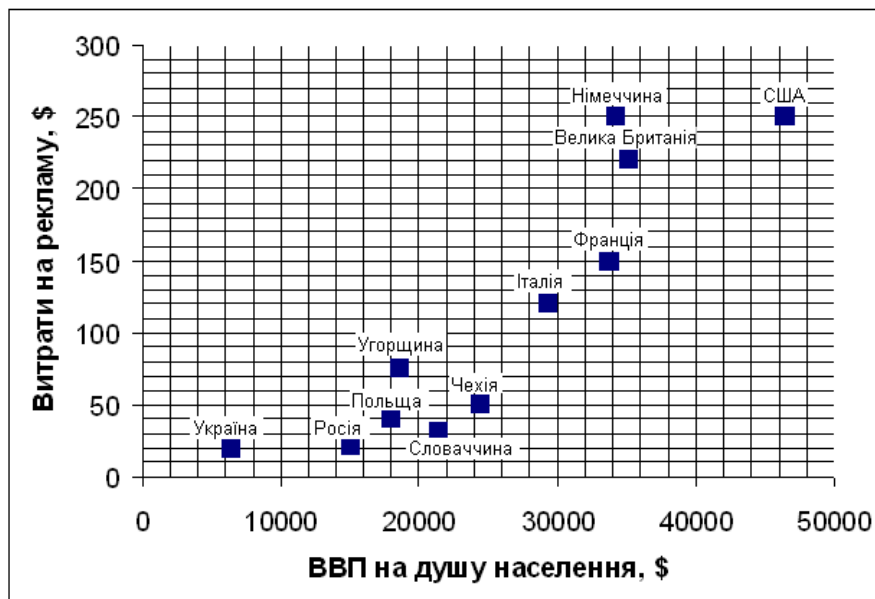


Рис. 4. Рекламні витрати та ВВП на душу населення по країнах за 2009 рік

Отже, розвиток рекламної індустрії є важливою складовою економічного зростання країни: реклама є альфою та омегою будь-якого бізнесу [10, с.18], адже дозволяє збільшити збут продукції, тобто обсяги видатків на рекламу прямо корелюють з купівельною спроможністю населення, що у свою чергу впливає на динаміку ВВП країни, тобто на економічне зростання.

Українська рекламна індустрія перебуває в глобальній економіці [11]: немає обмежень для входу на ринок іноземного капіталу, локальні агенції конкурують з міжнародними від часу становлення ринку, вільний потік інформації, знань та людей, не складає проблеми запрошення рекламних спеціалістів з-за кордону для роботи в країні, комерційні телевізійні ролики, створені, наприклад у США, можуть використовуватися в Україні майже без обмежень (якщо клієнт оплачує це для регіону). Тому реалізація стратегічного управління рекламною діяльністю України має ґрунтуватися на комплексному підході з урахуванням внутрішніх особливостей та потреб ринку та зовнішніх факторів, зокрема конкуренції міжнародного масштабу.

Зважаючи на це, головними завданнями України в рекламній індустрії будуть такі: віднайти та використати конкурентні переваги, потенціал українського народу, а також супутні умови (наприклад, результати глобалізації) на свою користь за прикладом США, Китаю та провідних країн світу [12]; розробити власну економічну модель; закласти основи для створення власного капіталу, зокрема нематеріального; інвестувати в рекламу як у довгострокові інвестиції, що принесуть мультиплікативне збільшення ВВП країни; особливу увагу приділити відтворенню авторитету держави та створенню позитивного іміджу для бренду "Україна" на світових ринках.

Наук. керієн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности : учебн. пособ. для вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 414 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.1bit.ru/kn/16492fr.htm>. 2. Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия. – 2007. – Game Factory Ukraine. – Режим доступа : <http://www.KM.ru>. 3. Котлер Ф. Маркетинг. Общий курс / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – М. ; СПб. ; К. : Вильям, 2001. 4. Закон України "Про рекламу" (із змінами, внесеними згідно з Законом № 1465-VI від 04.06.2009 р.) // ВВР. – 2009. – № 44. – Ст. 655). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 5. Всеукраїнська рекламная коалиция [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.adcoalition.org.ua/ru/actual_info/page/1. 6. Charles Young, Journal of Advertising Research. – Vol. 40. – No. 3. – May/June 2000. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.warc.com/LandingPages/Generic/>. 7. Вітренко А. О. Ринок рекламних послуг у трансформаційній економіці : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 / А. О. Вітренко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 23 с. 8. Insider's report. Robert Coen presentation on advertising expenditures [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.mccann.com/news/pdfs/Insiders12_07.pdf ; http://www.mccannworldgroup.com/news/pdfs/Insiders6_06.pdf. 9. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/02/weodata/weocept.aspx?sy=2009&ey=2009>. 10. Бове А. Современная реклама / А. Бове. – М., 2004. – С. 18. 11. Горлов О. Особливості української рекламної індустрії / О. Горлов // Журнал Києво-Могилянська Бізнес-Студія. – 2005. – № 12'. 12. Boruc Mirosław A. Рекомендації інституту Польської марки для сусідніх країн і партнерів / Boruc Mirosław A. // Результати конференції 13.02.2001. – К., 2001. – 54 с.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА ЗАЛЕЖНОСТІ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ВІД ОСНОВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ КРАЇНИ

Анотація. Розглянуто вплив основних економічних показників на безробіття в Україні, проблеми які можна виділити, наслідки, які з ними пов'язані, та перспективи їх вирішення.

Аннотация. Рассматривается влияние основных экономических показателей на безработицу в Украине, проблемы которые можно выделить, последствия, которые с ними связаны, и перспективы их решения.

Annotation. The impact of major economic indicators on unemployment in Ukraine, the problems that could be identified, the consequences associated with them, and the prospects for solving these problems are studied.

Ключові слова: ринок праці, безробіття, кореляційний аналіз, регресійний аналіз, зайнятість, сальдо зовнішньої міграції населення, кількість наявного населення, валовий внутрішній продукт, приховане безробіття, реформування економічної сфери.

Економічна криза, яка розпочалася наприкінці 2008 року, призвела до загострення ситуації на ринку праці у 2009 році. Однією з найбільш серйозних проблем є скорочення обсягів зайнятості та зростання безробіття населення.

Актуальність цієї статті полягає в тому, що розвиток національної економіки потребує значного підвищення ефективності використання людських ресурсів. Сучасний ринок праці України характеризується значним напруженням унаслідок зниження попиту на робочу силу, падіння рівня реальної заробітної плати, зростання чисельності вивільнених працівників, збільшення прихованого безробіття [1]. Формування ринку праці як складової ринкових відносин у нашій країні знаходиться на початковій фазі розвитку. Поки що він є механічною сумою множини регіональних і локальних ринків, нерозвинута його інфраструктура, слабо діють механізми саморегулювання. Системна криза українського суспільства засвідчила неспроможність держави здійснювати ефективне соціальне управління. Виходячи з цього, ситуація на ринку праці далеко не найкраща, а особливо у сфері зайнятості. Також загострюється проблема безробіття молоді. Таким чином, масове безробіття представляє реальну загрозу громадянському суспільству, яке не зможе вижити, якщо безробіття буде триматися на високому рівні. Зважаючи на наявні публікації з цієї проблеми, авторами яких були такі відомі економісти, як: Бандур С. І., Богиня Д. П., Боровик В. С., Буряк П. Ю., Васильченко В. С., Волгін Н. А., Григор'єва М. І., Збишко Б. Г., Ішин В. В., Калініна С. П., Карпінський Б. А., Котляр А. Е., Лук'яненко Н. Д., Ліпсіц І. В., Никифоренко В. Г., Онікієнко В. В., Петрова І. Л., Петюх В. М., Рофе А. І., Похвощев В. А., на сьогодні практично відсутні роботи, у яких проблема безробіття в Україні досліджувалась би системно. Метою цієї статті є системне дослідження проблеми безробіття і виявлення факторів та економічних показників які впливають на безробіття в Україні. Для найбільш ефективного досягнення цієї мети треба скласти кореляційно-регресійну модель та проаналізувати отримані дані.

Серед великої кількості показників, які характеризують економічний стан України, була зроблена вибірка. І для того щоб досконало проаналізувати безробіття в Україні, треба визначити вплив на неї таких економічних показників, як:

1. Валовий внутрішній продукт – x1.
 2. Сальдо зовнішньої міграція населення України – x2.
 3. Кількість наявного населення України – x3.
 4. Індекс інфляції – x4.
 5. Кількість економічно активного населення – x5.
 6. Кількість безробітних вважатимемо за "у".
- Вибірка була зроблена за 10 років з 2000 до 2009 року [2] (табл. 1).

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу

Роки	Кількість безробітних	ВВП	Сальдо зовнішньої міграції	Наявне населення	Індекс інфляції	Кількість економічно активного населення
2000	2 630,0	170 070	-492	49 115	125,8	22 830,8
2001	2 440,3	204 190	-466	48 663,6	106,1	22 426,5
2002	2 128,6	225 810	-337	48 240,9	99,4	22 231,9
2003	1 994,0	267 344	-242	47 823,1	108,2	22 171,3
2004	1 888,2	345 113	-76	47 442,1	112,3	22 202,4
2005	1 595,2	441 452	45	47 100,5	110,3	22 280,8
2006	1 513,7	544 153	142	46 749,2	111,6	22 245,4
2007	1 416,7	720 731	168	46 465,7	116,6	22 322,3
2008	1 424,0	948 056	148	46 192,3	122,3	22 397,4
2009	1 956,6	912 563	134	45 962,9	112,3	22 150,3

Після потроєння регресійної моделі було отримано таке рівняння:

$$Y = 77\,114,3 - 0,0048x_1 - 7,725x_2 - 3,137x_3 - 11,4x_4 + 3,416x_5. \quad (1)$$

Згідно з коефіцієнтом $R^2 = 0,932$, слід зробити висновок, що кількість безробітних в Україні головним чином залежить від обраних факторів і пояснюється їх зміною. Тобто валовий внутрішній продукт – x_1 ; зовнішня міграція населення України – x_2 ; кількість населення України – x_3 ; індекс інфляції – x_4 ; Кількість економічно активного населення – x_5 має тільки 6,8 % неврахованих чинників.

Після проведення аналізу критерія Фішера було визначено, що модель з вірогідністю в 95 % є значущою. Після аналізу t-критерія Стюдента було визначено, що фактори x_1 та x_5 є незначущими і їх слід виключити з моделі. Тобто показники індексу інфляції та кількості економічно активного населення мають найменший вплив на безробіття в Україні серед інших обраних показників.

Таким чином, після перевірки на значущість за критерієм Стюдента можна скласти таке рівняння регресії:

$$Y = 77\,114,3 - 7,725x_2 - 3,137x_3 - 11,4x_4. \quad (2)$$

Для того щоб більш детально визначити критерії, які мають найбільший вплив на безробіття в Україні, треба побудувати та проаналізувати кореляційну модель, яка наведена в табл. 2. Таблиця кореляції дасть змогу побачити, який з показників має найбільший тісний зв'язок з показником кількості безробітних в Україні.

Таблиця 2

Таблиця кореляції

	y	x1	x2	x3	x4	x5
y	1					
x1	-0,7042	1				
x2	-0,9209	0,862144	1			
x3	0,851771	-0,93332	-0,97036	1		
x4	-0,09621	0,368975	0,207474	-0,16621	1	
x5	0,518325	-0,30038	-0,51288	0,561287	0,64759	1

Найбільший з наведених факторів до 1 є показник сальдо зовнішньої міграції – -0,9209 та кількості наявного населення в Україні 0,8518, але другий має прямий зв'язок, а перший – зворотний. Це свідчить про те, що чим менше наявне населення в Україні, тим менше стає безробітних. І це лежить на поверхні, та не показує проблемного становища на ринку праці України. Тобто з позиції проблеми безробіття зменшення наявного населення дає вільні робочі місця, яких в Україні стає дедалі менше і нових робочих місць не створюється. Але ж такий перебіг подій є депресивним і рано чи пізно населення країни зникне повністю. Набагато цікавішим є зворотний зв'язок кількості безробітних та сальдо зовнішньої міграції. З табл. 2 видно, що чим більше стає сальдо зовнішньої міграції, тим менше стає безробіття в Україні, тобто отримані дані свідчать про те, що в Україні працюють переважно іммігранти, що авжеж не є відображенням реального стану на ринку праці України. Це можна пояснити великою часткою прихованого безробіття в Україні.

У ролі висновку треба зауважити, що саме наявність великої кількості іммігрантів та швидко-го спаду наявного населення України призводить до стабілізації безробіття, що є дорогою до прі-



ви. Якщо далі йти цим шляхом, Україна спочатку загубить свою національність і, врешті-решт, припине існувати як країна. І тому владі треба проводити реформування економічної та соціальної сфери задля поліпшення ситуації на ринку праці України.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Мірошніченко Т. Є. Сучасний стан ринку праці України. – 2009. 2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Шрам О. О.

УДК 336.748 (477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВАЛЮТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Анотація. Аналізується ефективність валютної політики України, її інструментів з урахуванням основних чинників валютного курсу. Вплив чинників досліджено за допомогою багатофакторної лінійної регресійної моделі.

Анотація. Анализируется эффективность валютной политики Украины, её инструментов с учётом основных факторов валютного курса. Влияние факторов исследовано с помощью многофакторной линейной регрессионной моделью.

Annotation. The analysis of international monetary policy and its instrument efficiency based on the most important factors of exchange are analyzed. The influences of these factors with multiregression model were explored.

Ключові слова: валютні відносини, валютна політика, валютний курс, чинники валютного курсу, інфляція.

Розбудова повноцінного валютного ринку та його ефективне регулювання є необхідною умовою формування відкритої ринкової економіки з усіма необхідними засобами стимулювання роботи суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній сфері. При цьому важлива роль у даному процесі відводиться розробці та ефективній реалізації центральним банком повноцінної валютної політики, яка охоплює всі необхідні інструменти впливу на валютні відносини, і є одним із найважливіших елементів у загальній системі заходів щодо підтримання макроекономічної і фінансової стабільності та стимулювання економічного зростання.

Актуальність дослідження економічних чинників валютного курсу обумовлена тим, що економічні, політичні та культурні зв'язки між різними країнами опосередковуються рухом грошових коштів. Разом з тим рух коштів у міжнародних зв'язках визначає зміст валютних відносин, а відтак і підвищує значення відповідних функцій держави з їх регулювання, що на практиці здійснюється у формі відповідної валютної політики.

Метою дослідження є вивчення та аналіз валютної політики України, її інструментів і факторів.

Для реалізації поставленої мети було використано комплекс методів: теоретичний огляд нормативних документів з проблеми дослідження, графічний, математичний та аналітичний методи.

В умовах світової економічної кризи та девальвації гривні до світових валют дослідження динаміки валютного курсу набуває особливої значущості. На основі даних про зміну курсу гривні до долара США за 2008 – 2010 рр. було створено багатофакторну лінійну регресійну модель з метою виявлення чинників, що безпосередньо впливають на зміну курсу вітчизняної валюти.

Була змодельована залежність обмінного валютного курсу гривні до долара США (Y) за часом від таких факторів: 1) індекс споживчих цін (ІСЦ) (X1); 2) індекс виробництва базових галузей (X2); 3) індекс промислової продукції (X3); 4) динаміка експорту в абсолютному вираженні (X4); 5) стан платіжного балансу (X5); 6) рівень облікової ставки % (X6); 7) динаміка валютних резервів НБУ (X7); 8) інтервенції НБУ (X8); 9) сезонність (X9).

Ці фактори були визначені як ключові у формуванні курсу вітчизняної валюти до долара США. Як видно, для моделі в основному були обрані структурні фактори, це обумовлено тим, що ці фактори є найбільш впливовими на стан економіки в цілому, її структуру та ефективність. Також в

© Шрам О. О., 2010



модель додано один кон'юнктурний фактор – "сезонність", тобто ставилось за мету перевірити, чи впливає пора року на даний показник. ІСЦ відображає зміни цін на більшість товарів та послуг у країні за певний проміжок часу. Як відомо, найчастіше в економіці при вільній конкуренції зміна цін на одні товари впливає на ціну інших, тому можна припустити, що цей показник є суттєвим. Індекс виробництва базових галузей є "квазі-ВВП", який відображає загальну економічну тенденцію через агрегування даних по виробництву. Індекс промислової продукції відображає зміну цін для виробників, тобто теж ілюструє стан вітчизняного виробництва, але з іншого боку. Також у модель включена динаміка експорту вітчизняних товарів, що певною мірою характеризує конкурентоспроможність українських товарів на світовому ринку. Динаміка платіжного балансу є ключовим чинником, який характеризує ефективність міжнародної діяльності країни. Рівень облікової ставки є впливовим чинником і взагалі інструментом валютної політики. У провідних країнах дисконтна політика є ключовою у впливі на валютний курс. Тому ставиться за мету перевірити, наскільки впливовим є цей чинник. Динаміка валютних резервів та інтервенції НБУ є пов'язаними факторами. Отже, при збільшенні від'ємних валютних інтервенцій валютні резерви зменшуються. На сьогодні в Україні валютні інтервенції є ключовим інструментом впливу на валютний курс.

Отже, на основі обраних даних за допомогою програми "Statgraphix" створено багатофакторну лінійну регресійну модель з метою оцінки впливу обраних 9 незалежних змінних на Y . Отримано наступне рівняння:

$$Y = 5042,55 - 34,0401 \times X_1 - 1,39515 \times X_2 - 20,3247 \times X_5 - 26,4463 \times X_7.$$

Оскільки P -value при розрахунках у таблиці дисперсійного аналізу менше ніж 0,01, то маємо статистично значиму залежність між змінними з 99 % довіри. Значення коефіцієнта детермінації (R^2) показує, що за побудованою моделлю 93,5162 % мінливості Y пояснюється залишеними факторами. Ці результати свідчать про те, що обрані чинники дійсно значно впливають на величину валютного курсу, тобто рівень валютного курсу майже на 94 % залежить від коливань вказаних факторів. Скоректований R^2 , як більш сприятливий для порівняння моделей з різним числом змінних, дорівнює 92,3886 %, що підтверджує статистичну якість моделі. Стандартною помилкою оцінювання є стандартне відхилення залишків (корінь з MSE): дорівнює 41,7016. Ця величина може бути використана для розрахунку довірчих меж на прогнози. Середня абсолютна помилка (MAE) дорівнює 31,279 і є середньою величиною залишків. Оскільки P -value (Durbin-Watson statistic = 1,28235 ($P = 0,0028$)) менше за 0,05, то імовірні серіальні автокореляції. Але ті дані, які спричиняли автокореляцію, було видалено.

Обчислені фактори X_3 , X_4 , X_6 , X_8 , X_9 відсутні в моделі. Отже, індекс промислової продукції значно не впливає на валютний курс. Динаміка експорту вже закладена в платіжному балансі, тому була помічена автокореляція. Відсутність в моделі облікової ставки говорить про те, що у своїй політиці НБУ не використовує відсоткову ставку як потужний інструмент валютної політики, хоча світовий досвід вказує на його ефективність. Також у моделі відсутні інтервенції, але їх вплив відображено у динаміці валютних резервів, тому для уникнення автокореляції цей фактор було видалено. Отримане рівняння чітко відображає зміну валютного курсу від вказаних факторів. Емпіричним шляхом була перевірена адекватність даної моделі.

Доцільно зазначити, що неохоплені 6 % у моделі становлять кон'юнктурні фактори, які за своїм походженням є психологічними, неявними. Тому отриманий прогноз може на 6 – 10 % відхилитися від дійсного.

У цілому при незмінній позитивній динаміці основних показників економічного розвитку на кінець 2-го кварталу 2010 року можна прогнозувати курс гривні до долара США на рівні $7,85 \pm 6\%$.

За підсумками 2008 – 2009 рр. гривня стала одним з лідерів падіння серед валют ринків, що розвиваються (52,4 %) [1]. Слід зазначити, що більшість країн у ролі антикризового засобу використали лише валютний курс – девальвуючи національну валюту, вони підвищили конкурентоспроможність своїх виробників і поліпшили стан платіжного балансу. Тобто девальвація як світова тенденція носить назву конкурентної девальвації, основною ідеєю якої є зниження вартості національної грошової одиниці: у той час як ціна товару в національній валюті залишається незмінною, в іноземній валюті вона падає.

Спочатку девальвація гривні істотно перевищила темп зростання внутрішніх цін, тим самим сприяючи зростанню цінової конкурентоспроможності української економіки, яка протягом останніх років поступово знижувалася через високий рівень інфляції.

Отже, спираючись на створену кореляційно-регресійну модель основним чинником впливу на динаміку валютного курсу було виявлено інфляцію. Але інфляція є не тільки найвпливовішим негативним чинником валютного курсу, а й усіх економічних процесів будь-якої країни.

Отже, актуальним є створення чіткої моделі регулювання економічними процесами, які, спираючись на результати дослідження, повинні бути такими.

Рекомендація 1. НБУ повинен сфокусувати свої дії в монетарній політиці на підтриманні внутрішньої цінової стабільності на противагу стабільності обмінного курсу. Це фундаментальне рішення передбачає впровадження таргетування інфляції (ТІ).

Це приводить до проблеми, яку політику слід розробити на період переходу до ТІ. Перехідний період повинен змістити баланс між монетарною та валютною політиками. З одного боку, НБУ повинен мати достатньо простору для проведення активної монетарної політики з метою зменшення інфляції, а з іншого – потрібно уникати різких коливань валютного курсу, значної пере- або не-



дооцінки обмінного курсу та дезорганізації ринків, враховуючи досить високий рівень доларизації та існування валютних невідповідностей у нефінансовому секторі економіки.

Рекомендація 2. Для досягнення обох цілей центральним моментом перехідного періоду повинно бути впровадження та оголошення про новий коридор для коливання обмінного курсу. Коридор повинен бути достатньо широким для того, щоб дозволити НБУ ефективно боротися з інфляцією. Обмінний курс долара США повинен коливатися відносно вільно в межах цього коридору. Інтервенції в межах коридору (не на границі) можуть бути доречними за певних обставин, однак не потрібно створювати неформальний "внутрішній" коридор, як це було у 2005 – 2009 роках.

Колівання обмінного курсу не є значною проблемою, доки економічні агенти можуть застрахуватися від такого роду коливань. Але на сьогодні українські підприємства практично не мають жодної можливості застрахуватися від цих ризиків. На практиці внутрішні ринки форвардних та ф'ючерсних контрактів є нерозвинутими та неліквідними.

Рекомендація 3. Важливим доповненням до нової політики у сфері обмінного курсу має бути скасування існуючих обмежень та перешкод, а також дозвіл на створення ефективних інструментів хеджування. Це пов'язано також з покращенням необхідної інфраструктури та інститутів, що мають гарантувати ліквідний та ефективний ринок іноземної валюти як для спотових, так і для ф'ючерсних продуктів.

Рекомендація 4. Відсутність в моделі облікової ставки говорить про те, що у своїй політиці НБУ не використовує відсоткову ставку як потужний інструмент валютної політики. Хоча світовий досвід вказує на його ефективність. На сьогодні основним інструментом НБУ у регулюванні валютного курсу є валютні інтервенції. На погляд автора, основним фактором впливу на валютний курс повинен стати ринок при чіткому регулюванні НБУ за допомогою дисконтної політики за умов стабілізації рівня інфляції.

Отже, на даний момент не існує реальної альтернативи підвищенню гнучкості обмінного курсу. Притримуватися старої системи таргетування обмінного курсу буде стратегічною помилкою. Макроекономічна стабільність може бути посилена через поступовий рух у напрямі більш вільної монетарної політики, спрямованої на внутрішні цілі (тобто цінову стабільність), тоді як зміни обмінного курсу будуть відігравати роль забезпечення економіки.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Національний банк України Департамент монетарної політики "Монетарний огляд за 2009 рік" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>. 2. http://me.kmu.gov.ua/control/publish/article/main?art_id.

Муратов Ю. С.

УДК [338.23:330.322](477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

Аннотация. Проведен комплексный анализ особенностей и основных направлений современной инвестиционной политики Украины, сделаны выводы касательно ее несоответствия потребностям экономики и предложены рекомендации по ее совершенствованию.

Анотація. Проведено комплексний аналіз особливостей і основних напрямків сучасної інвестиційної політики України, зроблено висновки відносно її невідповідності потребам економіки й запропоновано рекомендації з її удосконалювання.

Annotation. The comprehensive analysis of the special features and basic directions of the investment policy of Ukraine at the present stage of development had been done, conclusions as to its incompatibility with economic's demands are drawn, and ways and recomenndations to improve it are suggested.

Ключевые слова: инвестиционная политика, инвестиционный климат, инвестиционный рейтинг, прямые зарубежные инвестиции, индекс ПФТС, УБ.

На современном этапе развития украинской экономики многие экономисты ставят вопросы о создании продуманной экономической политики государства. Решение проблемы правильного построения и ориентации экономической политики является залогом успешного развития страны в целом, однако немаловажной её составляющей является инвестиционная политика (ИП).

© Муратов Ю. С., 2010



Проблема необходимости формирования инвестиционной политики нашла свое отражение во многих работах различных ученых и экономистов – как отечественных, так и зарубежных: В. Филатов, И. Лукинов, В. Симоненко, Шарп У. Ф., Губский Б. В., А. Оболенский и др. – однако работы этих учёных не раскрывают современных особенностей и направлений ИП Украины, а лишь приводят нам основные существующие модели.

Актуальность исследования состоит в том, что на сегодняшний день проблема адекватного формирования ИП является определяющей в контексте существования и развития Украины как суверенного государства с рыночной экономикой.

Поэтому цель статьи заключается в выявлении особенностей и основных направлений современной инвестиционной политики Украины.

Инвестиционная политика – комплекс народнохозяйственных подходов и решений, определяющих объем, структуру и направления использования инвестиций в сферах и отраслях экономики. Она должна строиться с учетом реалий экономического положения, наличных природных и трудовых ресурсов, климата, геополитического положения, существующей рыночной инфраструктуры и других факторов [1, с. 266].

Важность ИП заключается в создании "будущего" экономики: определение приоритетных отраслей, восстановление и совершенствование основных производственных фондов, внедрение и финансирование новейших и передовых технологий.

На сегодня инвестиционный климат Украины в своей совокупности затрагивает множество институциональных проблем: независимости судов, проблема рисков, связанных с вложением средств, проблема вмешательства государства в экономическую деятельность частных компаний, проблема несостоятельности государственных предприятий, ценные бумаги которых котируются на биржах, это проблема возмещения НДС при экспортных операциях и многое другое.

Анализируя структуру и динамику инвестиционного рейтинга Украины, следует сказать, что многие из них измеряют различные составляющие инвестиционного климата страны. Самыми популярными на сегодня считаются агентства Fitch, S&P, Moody's, IFC. Однако наилучшее отражение инвестиционной привлекательности страны, исходя из мировой практики, показывает рейтинг ведения бизнеса в стране, ежегодно оцениваемый Всемирным банком, и Украина здесь выглядит немного лучше, чем партнеры по СНГ (таблица) [2].

Таблица

Рейтинг "Ведение бизнеса: IFC" Украины в динамике за 2006 – 2010 годы

	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
The doing business rating	124 позиция из 155	118 позиция из 179	139 позиция из 178	145 позиция из 181	141 позиция из 183

Данный рейтинг оценивает легкость открытия компании, лицензирования, найма работников, регистрации собственности, получения кредита и защиту интересов инвесторов.

Следовательно, исходя из представленных данных, можно сказать, что неэффективная инвестиционная политика Украины, направленная на повышение привлекательности инвестиционного климата страны, лишь усугубляет положение. Это объясняется тем, что ни одно из заявляемых инвесторами требований к отечественному правительству до сих пор не выполняется, а именно: прозрачность, простота и прогнозируемость инвестиционной деятельности. Основными препятствиями для этого считаются:

- политическая нестабильность;
- коррупция;
- неэффективное налоговое регулирование;
- неадекватная инфраструктура;
- дефицит квалифицированных кадров.

Крайне важным в инвестиционной политике государства является регулирование потоков прямых зарубежных инвестиций (ПЗИ) и их мобилизация в приоритетных для государства секторах экономики – имеется ввиду экспортно-ориентированное производство и новейшие, передовые технологии.

Отраслевая структура ПЗИ Украины за 2008 – 2009 года выглядит следующим образом (данные соответствуют 31.12.2008 г. / 31.12.2009 г.) [3]:

- финансовая деятельность – 29,7 / 31,0 %
- операции с недвижимостью – 20,9 / 20,0 %
- металлургия – 12,9 / 11,9 %
- оптовая торговля – 7,4 / 7,4 %
- строительство – 4,8 / 4,7 %
- пищевая промышленность – 3,9 / 3,9 %
- химическая и нефтехимическая промышленность – 2,7 / 3,0 %
- машиностроение – 2,7 / 2,5 %

- добывающая промышленность – 2,3 / 2,5 %
- другие виды экономической деятельности – 12,7 / 13,2 %

С приведенного выше видно, что самым большим реципиентом ПЗИ на протяжении 2008 – 2009 годов остается финансовый сектор, в котором сконцентрировано 31 % иностранного капитала. Кроме того, 20,0 % средств иностранных инвесторов сосредоточено в операциях с недвижимостью, арендой, инжинирингом и услугах предпринимателям, 11,9 % – в металлургическом производстве, 7,4 % – в оптовой торговле, 4,7 % – в строительстве. Следовательно, эти данные подтверждают спекулятивный характер поступающих в Украину ПЗИ. Такое распределение является угрозой экономической безопасности и барьером для развития экономики страны в целом, то есть распределение ПЗИ с большей степенью в спекулятивном секторе экономики, а не в реальном, как было раньше, поскольку именно в сфере производства внедрение новейших технологий способно существенно повышать производительность труда со всеми желательными для общества положительными последствиями. Для сравнения в Венгрии в сфере производства работает 44 % прямых зарубежных инвестиций, а в финансовой сфере – 10,5 %. Очевидно, что в наиболее важных для народного хозяйства отраслях необходимо в первую очередь создавать наиболее привлекательные условия для зарубежных инвесторов [4].

Проанализировав географическую структуру ПЗИ Украины, также следует отметить, что особую группу составляют так называемые оффшорные инвесторы (Кипр, США, Британские Виргинские Острова), доля которых составляет около 28 % от общего объема поступивших ПЗИ за весь период независимости Украины. Они всегда достаточно активно вкладывали средства в Украину, а с 2005 еще больше активизировались. С одной стороны, это можно объяснить тем, что за многими оффшорными инвестициями стоят личности, располагающие солидным политическим и экономическим влиянием в Украине, позволяющим защитить капиталовложения даже в условиях не самого благоприятного инвестиционного климата. С другой стороны, следует отметить, что наращивание оффшорных инвестиций, вероятно, также связано с ростом масштабов вывоза и отмывания капитала из Украины. Для сравнения доля Кипра в прямых зарубежных инвестициях Польши составляет всего 2 % [5].

Причиной такого распределения в отраслевой и географической структуре ПЗИ Украины является молодой возраст национальной экономики, а следовательно, и высокодоходный характер вкладываемых в нее средств, обеспеченный неразвитостью как фондового рынка, так и всей экономики в целом. Так, по оценкам комиссии ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), ПЗИ, полученные в 2009 г. развитыми странами, упали на 33 %, в то время как в развивающихся странах, к которым относят и Украину, возросли на 3,6 %. Продемонстрировать такой высокодоходный характер возможно на примере динамики основных украинских фондовых индексов, приведенных на рисунке [6].

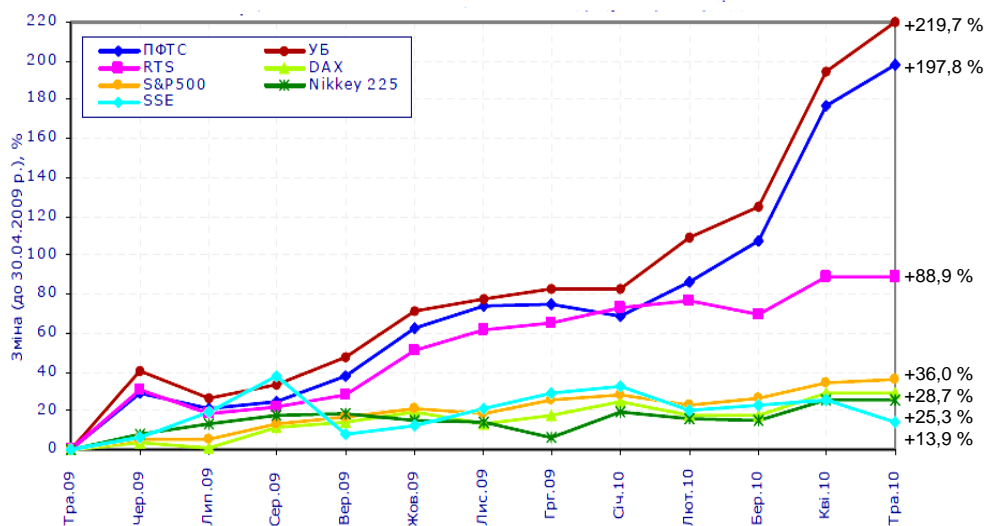


Рис. Динамика украинских УБ и ПФТС в сравнении с индексами крупнейших бирж развитых государств

Такая динамика иной раз подтверждает "перегретость" украинского рынка и насыщенность его спекулянтами, что и обеспечивает такой рост.

Таким образом, в этой статье было выявлено, что Украина имеет большой потенциал для привлечения крупных объемов зарубежных инвестиций и неадекватную инвестиционную политику, стимулирующую привлечение инвестиций спекулятивного характера, которые еще никогда не привели к реальному росту экономики. Реальный же сектор экономики испытывает недостаток средств инвесторов, исчисляемый Мировым банком в 100 млрд долл. США. Именно поэтому основ-

ной задачей современных регуляторов инвестиционной политики является ликвидирование по крайней мере основных барьеров, препятствующих вливаниям инвестиций в украинскую экономику, таких, как: политическая нестабильность, коррупция, неэффективное налоговое регулирование, неадекватная инфраструктура, препятствия для создания упрощенной системы ведения бизнеса.

Научн. рук. Серпухов М. Ю.

Литература: 1. Мочерный С. В. Основы экономической теории / С. В. Мочерный – К. : Фемина, 2000. 2. МФК "doing business". – Режим доступа : <http://www.ifc.org>. 3. Национальный Банк Украины. – Режим доступа : <http://www.bank.gov.ua>. 4. MAYGER development & consulting group. – Режим доступа : <http://www.mayger.org>. 5. Общество фондового рынка Украины. – Режим доступа : <http://investory.com.ua>. 6. Первая фондовая торговая система. – Режим доступа : <http://www.pfts.com.ua>.

УДК [330.322:339.564](477)

Рубченко Л. С.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА ВПЛИВУ ІНВЕСТУВАННЯ В РЕАЛЬНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЕКСПОРТ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Визначено залежність експорту продукції від інвестування в реальний сектор економіки України, проаналізовано динаміку цих показників за останні роки та встановлено їх зв'язок за допомогою регресійного аналізу.

Аннотация. Определена зависимость экспорта продукции от инвестирования в реальный сектор экономики Украины, проанализирована динамика этих показателей за последние годы и установлена их связь с помощью регрессионного анализа.

Annotation. The dependence of export from investing in real sector of economy of Ukraine are defines, the dynamics of these indicators in recent years, the connection with a help of the regression analysis was adjusted.

Ключові слова: інвестиції, реальний сектор економіки, експорт, торговельне сальдо, ВВП, економічне зростання.

Важливим показником у розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни є формування її збалансованого торговельного балансу. Враховуючи наявність від'ємного сальдо ЗТБ України, особливої актуальності набувають дослідження напрямів активізації експорту продукції українськими підприємствами.

Метою даної роботи є виявлення зв'язку між інвестуванням у реальний сектор та зростанням експорту продукції підприємств України, а також можливості формування сучасної міжнародної економічної стратегії України, користуючись інвестиціями як інструментом впливу на експорт.

Інвестиції – це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також на пов'язані з цим зміни оборотного капіталу, оскільки зміни у товарно-матеріальних запасах здебільшого залежать від руху видатків на основний капітал. Важливість інвестицій для розвитку економіки розглядали іноземні (Самуельсон, Вебер, Тоуні і Зомбарт) й українські (В. Геєць, Панченко, Лук'яненко Д. Г.) вчені [1; 2].

Інвестиційна діяльність (інвестування) становить сукупність практичних дій суб'єктів (інвесторів та учасників) з реалізації інвестицій. Головним суб'єктом інвестиційної діяльності, що приймає рішення про вкладення власних, запозичених або залучених майнових або інтелектуальних цінностей у об'єкти інвестування, є інвестор. Об'єктом інвестування у даному випадку є реальний сектор економіки України [1].

Для виявлення закономірності між інвестуванням та експортом необхідно розглянути динаміку цих показників за останні роки, що наведені в табл. 1.

© Рубченко Л. С., 2010

Динаміка інвестування у реальний сектор економіки України, 1996 – 2009 рр.

Роки	Млн. дол.	Прямі іноземні інвестиції в Україну			
		Базисні динамічні показники		Ланцюгові динамічні показники	
		темп зростання	темп приросту	темп зростання	темп приросту
1996	6863,623941				
1997	6661,116184	0,970495505	-0,02950449	0,970495505	-0,029504495
1998	5698,305777	0,830218238	-0,16978176	0,855458097	-0,144541903
1999	4249,467364	0,619128816	-0,38087118	0,745742249	-0,254257751
2000	4343,406492	0,632815336	-0,36718466	1,022106095	0,022106095
2001	6063,36442	0,883405687	-0,11659431	1,395992853	0,395992853
2002	6979,686855	1,016909859	0,016909859	1,151124421	0,151124421
2003	9565,698427	1,393680439	0,393680439	1,370505386	0,370505386
2004	14234,09535	2,073845461	1,073845461	1,488035135	0,488035135
2005	18166,13655	2,646726672	1,646726672	1,276241033	0,276241033
2006	24802,77228	3,613655481	2,613655481	1,365330058	0,365330058
2007	37323,9604	5,437937847	4,437937847	1,504830185	0,504830185
2008	44251,40492	6,447236227	5,447236227	1,185603147	0,185603147
2009	19480,56782	2,838233561	1,838233561	0,440224844	-0,559775156

Графік змін базисних динамічних показників інвестування в Україну в 1997 – 2009 рр. наведено на рис. 1.

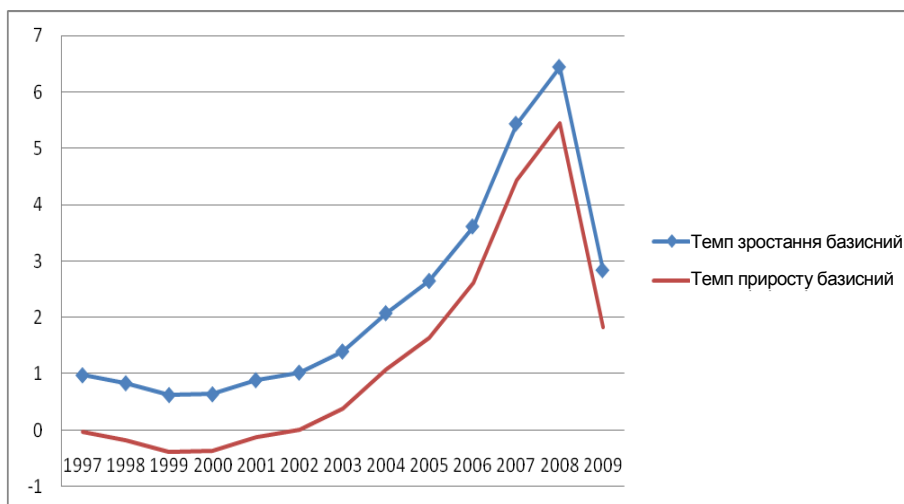


Рис. 1. Графік змін базисних динамічних показників інвестування в Україну в 1997 – 2009 рр.

Таким чином відносно 1996 року інвестування значно покращилося і стабільно зростало до 2008 року. В 2009 році відбулось падіння рівня інвестицій, але воно не сягнуло нижче базисного рівня. Ланцюгові показники відображають зміни відносно попереднього року, тому на графіку (рис. 2.) відбуваються невеликі підйоми і падіння, але найбільше падіння відбулось у період 2007 – 2009 років [5,6].

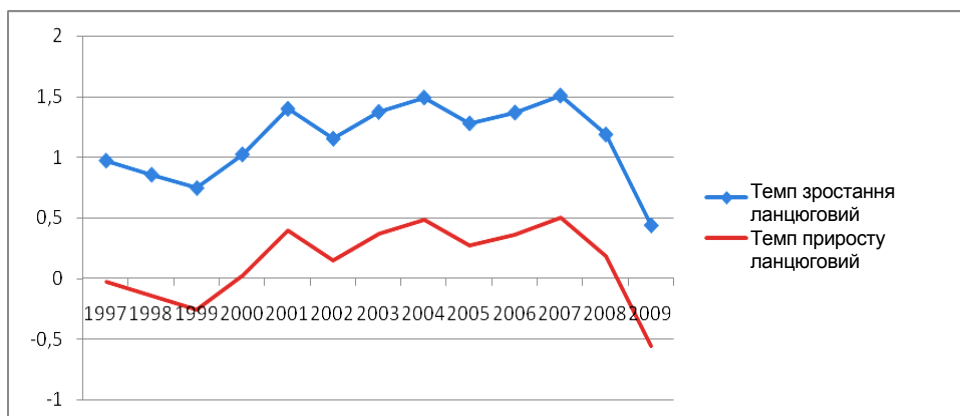


Рис. 2. Графік змін ланцюгових динамічних показників інвестування в Україну в 1997 – 2009 рр.

Графік змін базисних та ланцюгових динамічних показників експорту України в 1997 – 2009 рр. подано на рис. 3.

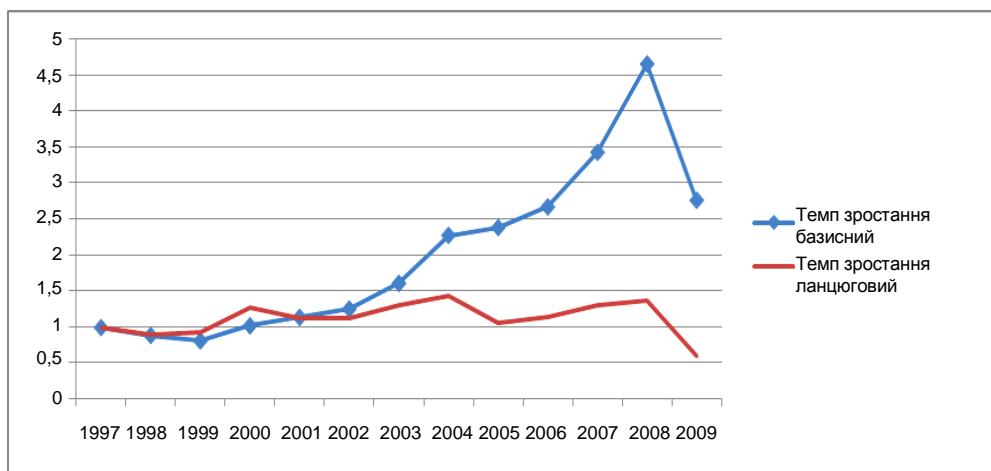


Рис. 3. Графік змін базисних та ланцюгових динамічних показників експорту України в 1997 – 2009 рр.

Динаміка експорту України 1996 – 2009 рр. наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка експорту України 1996 – 2009 рр. (тис. доларів США)

Експорт	Усього	Базисні динамічні показники		Ланцюгові динамічні показники	
		темپ зростання	темپ приросту	темپ зростання	темп приросту
1996	14400,8				
1997	14231,9	0,988271485	-0,01172851	0,988271485	-0,01172851
1998	12637,4	0,87754847	-0,1224515	0,887962956	-0,11203704
1999	11581,6	0,804233098	-0,19576690	0,916454334	-0,08354566
2000	14572,5	1,011922949	0,011922949	1,258245838	0,258245838
2001	16264,7	1,129430309	0,129430309	1,116122834	0,116122834
2002	17957,1	1,246951558	0,246951558	1,104053564	0,104053564
2003	23066,8	1,601772124	0,601772124	1,284550401	0,284550401
2004	32666,1	2,268353147	1,268353147	1,416152219	0,416152219
2005	34228,4	2,376840176	1,376840176	1,04782634	0,04782634
2006	38368	2,664296428	1,664296428	1,120940506	0,120940506
2007	49296,1	3,423150103	2,423150103	1,28482329	0,28482329
2008	66967,3	4,650248597	3,650248597	1,358470548	0,358470548
2009	39695,7	2,756492695	1,756492695	0,592762438	-0,40723756

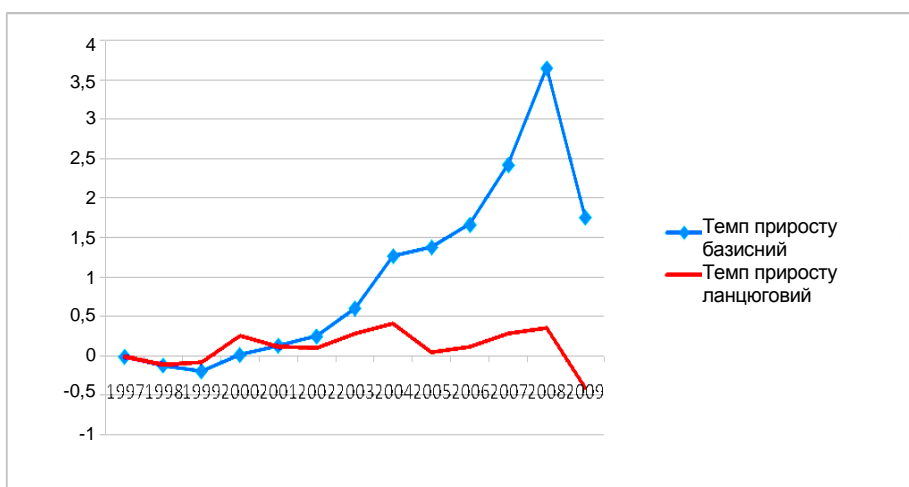


Рис. 4. Динаміка показників темпу приросту базисного і ланцюгового



Згідно з рис. 3, табл. 2 та рис. 4 загальний обсяг експорту збільшився у 175 % відносно 1996 року, але відносно попереднього року відбулося його зниження на 40 %. Це може бути зумовлено загальним зростанням експорту і розширенням економіки України, кризовими явищами починаючи з 2008 року (адже саме у цей час спостерігається різкий спад експорту) [5; 6].

Підйоми і спади експорту та інвестування відбуваються в однакові періоди, але цього не достатньо, щоб зробити висновки щодо залежності цих двох показників. Для того щоб зробити більш вагомі висновки, необхідно зробити регресійний аналіз. (Усі розрахунки були виконані у програвмі MS Excel.) Нехай інвестиції у реальний сектор економіки України буде Y , тоді експорт України буде X .

Тоді: коефіцієнт кореляції дорівнює 0,98, що свідчить про дуже сильну залежність X від Y .

Міра визначеності R -квадрат дорівнює 0,95, що говорить про дуже гарну підгонку регресійної прямої до вихідних даних.

Таким чином, лінійна модель пояснює 95 % варіації експорту, що означає правильність вибору фактора (інвестицій). Не пояснюються варіації експорту, які обумовлені іншими факторами, що впливають на інвестиції, але не включеними в лінійну модель регресії.

Розрахований рівень значимості $\alpha = 2,93E - 09 < 0,05$ (показник значимості F в таблиці "Дисперсійний аналіз") підтверджує значимість R^2 .

Рівняння регресії приймає вид $y = 0,75x - 5\,669$.

Це свідчить про те, що при зростанні обсягів інвестування у реальний сектор економіки на один дол. США, обсяг експорту зростає на 0,75 дол. США. Отже, при значному інвестуванні реального сектору економіки можна покращити експорт країни, що вагомо вплине на торговельне сальдо країни і загальний обсяг ВВП.

Наук. керівн. Серпухов М. Ю.

Література: 1. Инновационная стратегия украинских реформ / А. Гальчинский, В. Гаец, А. Кинах, В. Семиноженко – К. : Знання, 2002. – 324 с. – С. 10. 2. Міжнародна інвестиційна діяльність : підручник / Д. Г. Лук'яненко, Б. В. Губський, О. М. Мозговий та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 310 с. 3. Пересада А. А. Основы инвестиционной деятельности / А. А. Пересада. – К. : Либра, 2002. 4. Економічний енциклопедичний словник. У 2 т. Т. 2 / за ред. С. В. Мочорного. – Львів : Світ, 2006. – 568 с. 5. Сайт держстатистики. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 6. Урядовий портал. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/control/>. 7. <http://ru.wikipedia.org/>.

УДК 005.591.6

Коваленко Т. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ТЕРМІН "РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ" ТА ЙОГО СУТЬ

Анотація. Визначено поняття "реінжиніринг бізнес-процесів". Для аналізу було розглянуто визначення деяких авторів.

Аннотация. Определено понятие "реинжиниринг бизнес-процессов". Для анализа были рассмотрены определения некоторых авторов.

Annotation. The concept of "re-engineering business processes" is considered. For analysis definitions of some authors were reviewed.

Ключові слова: реінжиніринг бізнес-процесів, радикальні зміни, максимальна ефективність.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що в наш час існує багато підходів до визначення поняття "реінжиніринг бізнес-процесів". Розглянемо основні і проаналізуємо їх для кращого розуміння.

Мета статті – визначити, що вкладають у поняття "реінжиніринг бізнес-процесів" і що воно відображає. Реінжиніринг бізнес-процесів бере свій початок від двох статей, написаних у 1990 році.

Автором терміна "реінжиніринг" вважається Майкл Хаммер. За його визначенням, реінжиніринг — це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою досягнення істотного поліпшення якості функціонування [1].

РБП — це сукупність методів і засобів, призначених для кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу й перепроєктування існуючих бізнес-

© Коваленко Т. А., 2010

процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів застосовується при необхідності радикальних змін, що передбачає створення цілком нових, ефективніших бізнес-процесів на підприємстві без урахування їх старої організації.

Термін "реінжиніринг бізнес-процесів" виник більше десяти років тому, хоча, за твердженням його авторів, вони лише формалізували та дали назву тим діям, до яких удавалися компанії для підвищення ефективності своєї діяльності.

Для більш детального аналізу та пояснення терміна розглянемо визначення деяких авторів, що займалися вивченням проблем реінжинірингу (таблиця).

Таблиця

Підходи до визначення поняття "реінжиніринг бізнес-процесів"

Автор(и), джерело	Визначення	Ключові слова
Пеппард і Роланд [2]	Філософія удосконалення, завданням якої є досягнення фундаментальних поліпшень шляхом перепроектування процесу таким чином, що максимізує додання цінності, а інші показники мінімізуються як на рівні окремого процесу, так і на рівні цілої організації	Філософія удосконалення шляхом перепроектування процесу
Тельнов Ю. Ф. [3]	Творча діяльність колективів фахівців, що виробляють концепції здійснення бізнес-процесів з використанням передових інформаційних технологій, що забезпечують різке підвищення ефективності діяльності підприємства	Діяльність з використанням передових інформаційних технологій
Л. Оголева [4]	Система корінних перетворень виробництв і бізнес-процесів, що сприяють виходу підприємств із кризи, їхньої прискореної адаптації до ринкових умов, фінансовому оздоровленню й системному відновленню	Система корінних перетворень

На основі наведених визначень автором запропоноване власне: реінжиніринг бізнес-процесів – це діяльність підприємства, яка спрямована на модифікацію чи перепроектування процесів, використовуючи передові інформаційні технології для досягнення максимальної ефективності діяльності, зменшення витрат та підвищення якості і швидкості обслуговування.

Таким чином, суть реінжинірингу полягає в тому, щоб розпочати все з початку. Реінжиніринг бізнес-процесів – це відмова від сталих процедур, свіжий погляд на роботу зі створення продукту чи послуги і надання цінності клієнту.

Наук. керівн. Котлик А. В.

Література: 1. Hammer M. Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution / M. Hammer, J. Champy. — New York, NY : HarperBusiness, 1993. — 223 p. 2. Андерсен Бьерн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Бьерн Андерсен ; пер. с англ. С. В. Ариничева ; науч. ред. Ю. П. Адлер. — М. : РИА "Стандарты и качество", 2003. — 272 с. 3. Тельнов Ю. Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов: компонент. Методология / Ю. Ф. Тельнов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2004. — 318 с. 4. Оголева Л. Н. Инновационный менеджмент : учебное пособие / Л. Н. Оголева. — М. : ИНФРА-М, 2006. — 238 с.

Зміст

Аванесян М. В. Лизинговые услуги в международной экономической деятельности Украины	3
Барчо С. В. Розвиток ринку послуг в Україні: проблеми та перспективи	5
Лінник О. О. Особливості співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями	8
Мозуль М. П. Оцінка стану торговельно-економічних відносин України з країнами Європейського Союзу	10
Сивуха Є. Ю. Удосконалення системи транспортних послуг України	12
Русляков М. С. Оцінка факторів формування внутрішнього валового продукту України	14
Янкова М. І. Оцінка стану міграційних процесів в Україні	16
Альохіна А. В. Обґрунтування прикладного застосування економіко-статистичної діагностики підприємства	18
Анфілова С. Ю. Індекси цін: питання методики побудови	20
Переверзєва Ю. М. Інтегральна оцінка якості життя населення України	22
Кузуб І. В. Аналіз кон'юнктури ринку праці в Україні	24
Самойленко Т. О. Інформаційно-аналітичне узагальнення дослідження кон'юнктури товарного ринку	26
Тихомирова А. С. Використання економіко-статистичних методів для дослідження бюджетної політики України	28
Федоряк Т. Л. Аналіз впливу демографічних факторів на пенсійне забезпечення	30
Чумак А. І. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку праці в сучасних умовах	33
Шаповалова А. О. Кластерний аналіз доходів і витрат населення України	35
Міхальова О. М. Статистично-аналітичний огляд стану ринку праці Луганської області за 2009 рік	38
Крещенко К. А. Сучасні аспекти кількісного аналізу депопуляції населення	40
Голубенко М. С. Статистичний аналіз споживчих витрат населення України	42
Скиридон Л. В. Анализ состояния промышленности в период мирового кризиса с помощью адаптивного прогнозирования	45
Коваль Н. С. Статистичний аналіз структури кредитного портфеля Укрсоцбанку	48
Астахова В. Ю. Статистическая оценка финансовой устойчивости Райффайзен Банк Аваль: законодательный аспект	51
Верба В. Ф. Індекс людського розвитку в оцінці якості життя населення	53
Соколова М. В. Побудова моделі та прогнозування безробіття в Україні	56
Серебрякова Н. І. Короткострокове прогнозування макроекономічних показників розвитку держави	59
Балабан Д. Д. Проект реінжинірингу бізнес-процесів для українських компаній	60
Середа Г. І. Класифікація моделей електронної комерції	61
Єльцова М. О. Удосконалення рекламної діяльності	62
Крамська М. Г. Інструменти управління підвищенням кокурентоспроможності продукції	64



Шимко І. А. Особливості прийняття управлінських рішень щодо фінансової діяльності на ТОВ "Сумиоблавтотранс".....	65
Литовченко Д. А. Реінжиніринг бізнес-процесів торговельного підприємства.....	67
Сінельченко М. В. Визначення умов формування ефективної стратегії підприємства.....	68
Коверга А. В. Управління персоналом в організації малого бізнесу та шляхи його вдосконалення.....	70
Гахова В. С. Заходи оптимізації збутової діяльності в період економічної кризи.....	71
Котляр Д. О. Проект реінжинірингу бізнес-процесів для комерційних банків України.....	73
Петрова Ю. С. Типові помилки при проведенні реінжинірингу бізнес-процесів.....	74
Беседовська Т. Б. Управління виробництвом в умовах кризи.....	76
Флорост О. В. Організація маркетингових комунікацій підприємства.....	77
Шамаріна С. Ю. Організація економічної безпеки підприємства.....	78
Щепановська О. В. Мотивація діяльності персоналу підприємства.....	80
Крамаренко А. В. Ефективність мотивації колективу на підприємстві в сучасних умовах.....	81
Мороз К. О. Реформування національної системи вищої освіти України.....	82
Мірошніченко Д. С. Актуальність вибору методів прогнозування.....	84
Винникова О. В. Інвестиційна привабливість Харківського регіону: аналітичний огляд.....	86
Літвінова О. В. Проблеми та перспективи інтеграції банківських і туристичних продуктів.....	88
Плешивцова М. В. Исследование потребительских предпочтений на рынке туристических услуг г. Харькова.....	92
Кляшов А. С. Франчайзинг как инструмент развития малого бизнеса в Украине.....	97
Живолуп К. Л. Проблема тіньової економіки в Україні.....	99
Тризна В. В. Роль управління витратами на підприємстві.....	100
Балашова О. С. Реформування системи оподаткування як інструмент державного регулювання економіки України.....	101
Лісіцина І. І. Формування іміджу транскордонного туристичного кластера євро регіону "Слобожанщина".....	103
Maiboroda M. GPS-coordinates of the main cinemas in Kharkiv.....	106
Череватенко О. В. Харків у роки окупації (1941 – 1943): контрасти повсякденності.....	109
Істоміна О. І. Трудова вахта харків'ян у роки Великої Вітчизняної війни.....	112
Буданаєва Ю. О. Сучасне значення політики управління персоналом.....	115
Каражакова О. О. Удосконалення управління прибутком підприємства.....	116
Червоток А. Ю. Удосконалення кредитування фізичних осіб в Україні.....	117
Конопля Ю. С. Організація інноваційної діяльності підприємства.....	118
Сивоконь Д. О. Заходи щодо підвищення прибуткової діяльності підприємства.....	120
Мар'єнкова Ю. В. Інтегровані маркетингові комунікації в системі маркетингової політики підприємства.....	121
Новіков Д. А. Обґрунтування напрямків зміцнення трудового потенціалу регіону на основі аналізу залежності між його реальним рівнем і результативністю реалізації.....	122



Снурнікова В. А. Сутність і зміст інвестиційної політики регіону	124
Шпагіна М. С. Удосконалення системи управління персоналом державного підприємства.....	125
Корнієнко А. О. Вплив ринку рекламних послуг на економічний розвиток України.....	126
Могилевський Р. О. Оцінка залежності безробіття в Україні від основних економічних показників країни.....	130
Шрам О. О. Напрями удосконалення валютної політики України.....	132
Муратов Ю. С. Основные направления современной инвестиционной политики Украины.....	134
Рубченко Л. С. Оцінка впливу інвестування в реальний сектор економіки України на експорт продукції.....	137
Коваленко Т. А. Термін "реінжиніринг бізнес-процесів" та його суть.....	140