

**ПРОБЛЕМИ
КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ
В УКРАЇНІ**

Монографія

(Під науковим керівництвом
д.е.н., професора Ковальова А.І.)

Одеса
«АТЛАНТ»
2010

УДК 339.146 (477)

ББК:65.422

П78

Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні.

Монографія / Під науковим керівництвом д.е.н., професора Ковальова А.І./ - Одеса:

Атлант, 2010. – 266с., укр. мов.

Рецензенти:

Янковий О.Г., д.е.н., професор (Одеський державний економічний університет)

Степанов В.М., д.е.н., професор (Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень)

Рекомендовано Вченою радою Одеського державного економічного університету (протокол №8 від 18.05.2010)

Авторський колектив: Ковальов А.І., д.е.н., професор; Балджи М.Д., к. г. н., доцент; Гейко Л.М., к. е. н., доцент; Господінова З.Я., к. е. н., доцент; Дезик С.С., к. е. н., доцент; Добрава Н.В., к. е. н., доцент; Карпов В.А., к. е. н., доцент; Колодінський С.Б., к. е. н., доцент; Улибіна В.О., к. е. н., доцент; Франчук Г.Г., к. е. н., доцент; Сментина Н.В. к. е. н., доцент; Андрейченко А.В., к.е.н. ст. викладач; Допіра І.А., ст. викладач; Нікітченко О.О. ст. викладач; Шикін А.В., викладач; Грінченко Р.В. аспірант; Клевцевич Н.А. аспірант.

Основним результатом дослідження є вивчення особливостей ситуації на ринках товарів та послуг України та її регіонів, розробка рекомендацій щодо вдосконалення кон'юнктурної роботи. В монографії теоретично обґрунтовані та розроблені методичні рекомендації щодо організації досліджень кон'юнктури, оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринків товарів та послуг.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в подальшому розвитку теоретичних положень і практичних засад оцінювання й прогнозування кон'юнктури ринків окремих видів товарів та послуг для оптимізації прийняття управлінських рішень за умов стихійності та випадкової дії ринкових чинників. Уточнено поняття «кон'юнктура ринку», «ризик», «невизначеність». Відпрацьована класифікація кон'юнктурних показників та методів аналізу економічної кон'юнктури. Узагальнено порядок організації кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг. Набули подальшого розвитку методичні положення щодо аналізу, оцінки й прогнозування основних показників кон'юнктури окремих товарних ринків та ринків послуг.

Видання призначене для фахівців, аспірантів, магістрантів та студентів.

Ключові слова: ринок, кон'юнктура, ринкова пропозиція, ринковий попит, ринок послуг, товарний ринок, кон'юнктурні показники, потенціал ринку, інновації, управління.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	11
1.1 Поняття, необхідність та основні завдання дослідження економічної кон'юнктури.....	11
1.2. Особливості дослідження кон'юнктури за видами ринків.....	18
1.2.1. Особливості аналізу товарного ринку.....	23
1.2.2. Особливості вивчення кон'юнктури ринку послуг	29
1.2.3. Специфіка дослідження споживчого ринку.....	36
1.3. Ризик зміни кон'юнктури ринку: особливості оцінки та управління.....	44
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ.....	57
2.1. Система кон'юнктурних показників.....	57
2.2. Основні методи аналізу економічної кон'юнктури.....	63
2.3. Методи оцінки інвестиційної привабливості регіону:	
2.3.1. Методи експертно-рейтингової оцінки	67
2.3.2. Метод інтегральної оцінки	76

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ КОН'ЮНКТУРИ РІЗНИХ ВИДІВ РИНКІВ.....	82
3.1. Ринок нерухомості в системі ринків:.....	82
3.1.1. Особливості ринку нерухомості, його учасники, види ринків нерухомості	82
3.1.2. Аналіз ситуації на ринку комерційної нерухомості.....	92
3.1.3. Оцінка ситуації у сфері житлового будівництва.....	102
3.2. Особливості дослідження ринків природних ресурсів:.....	116
3.2.1. Теоретичні засади ринку природних ресурсів.....	116
3.2.2. Шляхи вивчення використання природних ресурсів...	122
3.2.3. Організаційно-господарський механізм функціонування ринку земельних ресурсів.....	129
3.3. Оцінка ситуації на ринку послуг:.....	139
3.3.1. Особливості ринку праці Одеської області.....	139
3.3.2. Шляхи залучення приватного капіталу до житлово- комунального господарства для покращення кон'юнктури ринку.....	156
3.3.3. Аналіз кон'юнктурних складових вартісних показників підприємств водопрвідно-каналізаційного господарства.....	172
3.3.4. Перспективи розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності у сфері житлово-комунального господарства (на прикладі поводження з твердими побутовими відходами).....	189
3.4. Оцінка ситуації на товарних ринках:.....	201
3.4.1. Особливості попиту та пропозиції на сучасному ринку золота.....	201
3.4.2. Особливості функціонування регіонального ринку цукру (на прикладі Одеської області).....	211

РОЗДІЛ 4. ІННОВАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	219
4.1 Внутрішні джерела інноваційного розвитку підприємств як провідних суб'єктів ринків товарів та послуг.....	219
4.2 Інноваційні аспекти управління реструктуризацією підприємств.....	235
ВИСНОВКИ	246
Список використаної літератури.....	252
Додатки.....	264

ВСТУП

Економічний зміст кон'юнктури характеризується тією сукупністю обставин, яка обумовлює можливість піднесення чи спаду господарської активності в окремих виробництвах, або в економіці в цілому. Завдання кон'юнктурних спостережень полягає саме в тому, щоб визначити ці обставини, а також термін, на який припадає їх сприятливий, або несприятливий збіг.

В сучасних умовах подолання кризових явищ в економіці та розвитку підприємництва стає зрозумілим: щоб досягти комерційного успіху, необхідно брати до уваги всі елементи ринкової системи. Для цього широко використовуються різноманітні дослідження ринку, одним із головних завдань яких є вивчення умов, за яких забезпечується найповніше задоволення попиту населення в товарах і послугах будь-якого виду та створюється підґрунтя для ефективного збуту виробленої продукції. Тому актуальним є питання вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку як невід'ємної умови для прийняття відповідних ефективних управлінських рішень. Кон'юнктурні спостереження надають змогу отримати об'єктивну інформацію про вітчизняних виробників та їх конкурентів, провести порівняння, правильно оцінити ситуацію на ринку та спрогнозувати її розвиток, а отже, одержати конкурентні переваги й тим самим знизити рівень ризику, знайти для себе відповідний сегмент ринку і ринкову нішу, обрати правильний напрямок диверсифікації, встановити оптимальний рівень цін на певні товари та послуги.

Вивчення кон'юнктури ринку охоплює широке коло різних питань виробничого, комерційного, технічного й економічного характеру, що дає змогу виявити основні напрямки господарського розвитку кожного суб'єкта ринкових відносин, стан речей і ситуацію, що склалася в певний період як результат взаємодії різноманітних чинників.

Отже, вивчення кон'юнктури ринку – це систематичний і об'єктивний збір, аналіз даних про певний сегмент ринку, конкурентів, тобто в цілому про підприємницький клімат, який формується з метою отримання досконалої релевантної інформації та розуміння відповідної ситуації. Вивчення кон'юнктури ринку вимагає динаміки у дослідженнях та пов'язано зі змінами ситуації у країні.

Вивчення кон'юнктури ринку надає наступні переваги:

По-перше, визначає відносини з покупцями (справжніми й майбутніми). Так, у деяких магазинах роздрібно́ї торгівлі покупців під час здійснення покупок просять повідомити їхній поштовий індекс. Ці відомості, що повідомляють точну адресу покупця, допомагають менеджерам магазинів планувати пряме поштове розсилання.

По-друге, допомагає довідатися про можливості товарного ринку. Так, якщо планується відкрити магазин роздрібно́ї торгівлі в одному з районів, і раптом виявилось, що там дотепер немає подібного закладу, отже, ініціатору представилася гарна можливість. Шанси на успіх збільшуються, якщо в цьому місці висока щільність населення, що, до того ж, повністю відповідає характеристикам ринкового сегмента. Те ж саме стосується послуг, які ініціатор має намір надавати населенню конкретного району, і навіть електронної комерції в Інтернеті.

По-третє, мінімізує ризик у комерційній діяльності. Часом, провівши вивчення кон'юнктури ринку, раптом виявляється, що не слід діяти відповідно до раніше наміченого плану. Так, у результаті може виявитися, що місцевий ринок перенасичений певними товарами та послугами. Тому проведення кон'юнктурних досліджень може спонукати виробників видозмінити товар або послугу, чи змінити свою діяльність.

По-четверте, надає вихідні дані для порівняння й аналізу. Щоб мати можливість порівнювати свої показники, важливо знати, у якому стані перебувають суб'єкти господарювання в кожний проміжок часу. Безперервне вивчення кон'юнктури ринку дозволяє виконувати такі

зіставлення на основі вихідних даних, а також становити графік росту підприємств на різних часових відрізках.

По-п'яте, допомагає виявляти майбутні проблеми. Вивчення особливостей кон'юнктурних досліджень різних видів ринків дозволяє виявити інноваційні перспективи розвитку ринків товарів та послуг України та Одеської області та зазначити перспективні напрямки управління ситуацією, що склалася в країні.

Таким чином, зробити глибокий і всебічний аналіз кон'юнктури ринку є важливим елементом системи управління. Тим більше, що на сучасному етапі кон'юнктуру розуміють як конкретну економічну ситуацію, яка склалася внаслідок взаємодії факторів і умов, що визначають структуру, динаміку та співвідношення попиту й пропозиції. Дослідження кон'юнктури ринку дозволяють фахівцям заздалегідь формувати конкурентні переваги, знижувати фінансовий ризик, стежити за зовнішнім середовищем, розробляти тактику й стратегію ринкової поведінки підприємств.

Основним результатом проведеного монографічного дослідження є вивчення особливостей ситуації на ринках товарів та послуг України та її регіонів, та розробка рекомендацій щодо вдосконалення кон'юнктурної роботи.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка методичних рекомендацій щодо організації досліджень кон'юнктури, оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринків товарів та послуг України, зокрема Одеської області, для прийняття ефективних управлінських рішень в умовах ризику та невизначеності.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні на сучасному етапі розвитку економіки. *Об'єкт дослідження* – кон'юнктура різних товарних ринків та ринків послуг країни та її регіону – Одеської області.

Проведені колективом фахівців наукові дослідження базувалися на узагальненні розробок зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, щодо

теоретичних та практичних аспектів дослідження і вивчення економічної кон'юнктури, оцінювання потенціалу та основних пропорцій окремих ринків.

У роботі були використані наступні методи: *монографічний* – для визначення суті понять «економічна кон'юнктура», «кон'юнктурні дослідження», «ризик»; *системного підходу* – для узагальнення факторів та показників, обґрунтування методичних підходів до аналізу, оцінки та прогнозування показників кон'юнктури ринку; *порівняння, групування* (для опрацювання статистичних даних про потенціал окремих видів ринків, *статистичного аналізу* – для аналізу макропоказників та впливу кон'юнктуро утворюючих факторів на формування економічної кон'юнктури; *графічний* – для наявного зображення динаміки основних показників кон'юнктури ринку; *моделювання* – для встановлення прогнозних значень попиту та пропозиції на ринку конкретного виду товару чи послуги.

Дослідження ґрунтувалися на використанні нормативно-правових документів, нормативно-методичних матеріалів, даних статистичних служб, інформації міністерств і відомств; публікацій з питань досліджень економічної кон'юнктури.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в подальшому розвитку теоретичних положень і практичних засад оцінювання й прогнозування кон'юнктури ринків окремих видів товарів та послуг для оптимізації прийняття управлінських рішень за умов стихійності та випадкової дії ринкових чинників. Уточнено поняття «кон'юнктура ринку», «ризик», «невизначеність». Відпрацьована класифікація кон'юнктурних показників та методів аналізу економічної кон'юнктури. Узагальнено порядок організації кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг. Набули подальшого розвитку методичні положення щодо аналізу, оцінки й прогнозування основних показників кон'юнктури окремих товарних ринків та ринків послуг.

В проведенні монографічного дослідження приймали участь:

Ковальов А.І. д.е.н., професор – розділ 4.2

Балджи М.Д., к. г. н., доцент – розділ 3.2

Гейко Л.М., к. е. н., доцент – розділи: 1.1; 1.2; 2.3

Господінова З.Я., к. е. н., доцент – розділи: 1.2; 1.3)

Дзезик С.С., к. е. н., доцент – розділ 3.3.3

Доброва Н.В., к. е. н., доцент – розділи: 3.1.1; 3.3.1

Карпов В.А., к. е. н., доцент – розділи: 1.1; 1.2; 2.1; 2.2; 3.1.2

Колодінський С.Б., к. е. н., доцент – розділ 4.1

Улибіна В.О., к. е. н., доцент – розділи: 1.2.3; 3.2.3

Франчук Г.Г., к. е. н., доцент – розділ 3.3.1

Сментина Н.В. к. е. н., доцент – розділи: 1.1; 1.2; 2.1; 2.2; 3.1.1; 3.3.2

Андрейченко А.В., к.е.н., ст. викладач - розділ 3.3.4

Допіра І.А., ст. викладач – розділи: 1.2.1; 1.2.2; 2.1

Нікітченко О.О. ст. викладач – розділи: 3.3.1; 3.4.2

Шикін А.В., викладач – розділ 3.4.1

Грінченко Р.В., апірант – розділ 3.1.3

Клевцевич Н.А. апірант – розділ 3.3.3

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1 Поняття, необхідність та основні завдання дослідження економічної кон'юнктури

Господарська діяльність будь-якого виробника приречена на провал, якщо йому бракує знань про закономірності товаропросування, місткість ринку, активність на ньому конкурентів, стан попиту та пропозиції, зміни в потребах покупців тощо. Інформація про стан національної економіки та ефективність ринкових механізмів таких як конкуренція, ціноутворення, попит та пропозиція, податки, валюта та інші процеси багато в чому визначає порядок функціонування господарських систем. Така обізнаність дозволяє прогнозувати динаміку попиту та пропозиції, установлювати зв'язок к між потребами й споживчими властивостями товарів, підвищувати якість та ефективність управлінських дій. Тому підприємцю важливо мати мобільну систему вивчення ринку, яка б оперативно та адекватно реагувала на постійні зміни обставин, що обумовлюють напругу економічного життя й у кінцевому підсумку успіх господарської діяльності.

Ринок повинен бути об'єктом постійного спостереження. Але самі по собі ринкові дослідження не мають ніякої цінності, якщо вони не пов'язані із прийняттям управлінських рішень. Тому результатом таких досліджень є інформація, яка несе відповідь на питання, що цікавить суб'єктів ринку.

Кон'юнктура (від лат. conjunctus – зв'язок, поєднання) – сукупність взаємопов'язаних умов, обставин, що створилася, стан речей, що може впливати на хід і результат справи, процес (наприклад, кон'юнктура ринку, політична кон'юнктура, міжнародна кон'юнктура).

Уперше термін „кон’юнктура” використав у літературі в середині XIX століття Ф.Лассаль, який визначав її як „...ланцюг, який всі існуючі, невідомі обставини пов’язує між собою...” [1]. То була перша спроба економістів визначити й пояснити вплив різноманітних факторів на ринок та на підприємства, що функціонують на цьому ринку.

Засновниками теорії про кон’юнктуру були В.Зомбарт (Німеччина), Г.Кассель (Швеція), В.Репке (Швейцарія), А.Афтальон (Франція), А.Пігу, Д.Робертсон (Великобританія). Учені трактували й розвивали вчення про кон’юнктуру в рамках теорії криз і циклічних коливань, і довгий час теорія була найголовнішою, тобто відбувалася заміна теорії криз теорією кон’юнктури.

Швейцарський економіст В.Репке писав, що кон’юнктура є співвідношення попиту та пропозиції на ринку, тобто співвідношення, яке неможливо визначити й яке схильне до постійних змін [2]. Звісно, таке означення недостатнє для повного розуміння ринкових процесів.

Теорію економічної кон’юнктури глибоко досліджували й українські вчені. Серед них варто виділити М.І.Туган-Барановського, який запровадив загальне поняття економічної кон’юнктури, пояснив її суть, обґрунтував необхідність її вивчення для дослідження динаміки народного господарства в цілому. Послідовником теорії Тугана-Барановського був російський вчений-економіст М.Д.Кондратьєв, який подав власне наукове визначення поняття кон’юнктури, розглядаючи динамічні процеси в економіці, які він поділяв на обернені та не обернені. Обернені процеси він пов’язував із питанням кон’юнктури, і визначав кон’юнктуру наступним чином: „Під економічною кон’юнктурою кожного даного моменту слід розуміти напрям і ступінь зміни сукупності елементів народногосподарського життя порівняно з попереднім моментом” [3]. Визначення поняття „кон’юнктури, яке дає Кондратьєв можна вважати найбільш повним та таким, що відповідає й сьогоденню.

Важливі дослідження теорії кон’юнктури належать також до 60-х років XX століття. Слід відзначити вченого Ф.Г.Пископеля, який визначив

поняття кон'юнктури як конкретний процес відтворення капіталістичного господарства, що розглядається в безпосередньому ринковому відображенні, у щоденних коливаннях та змінах, у всіх зв'язках та опосередкованостях [4, с. 29-35].

У сучасному розумінні кон'юнктура ринку – це сукупність умов, при яких у цей момент протікає діяльність на ринку. Вона характеризується певним співвідношенням попиту та пропозиції на товари даного виду, а також рівнем і співвідношенням цін.

Характерними рисами кон'юнктури є мінливість, мінливість і часті коливання, суперечливість, нерівномірність, єдність протилежностей (незважаючи на суперечливість).

Постійно діючі фактори кон'юнктури – науково-технічний прогрес, вплив монополій, втручання держави, інфляція, сезонність і ін.

Непостійні (стихійні) фактори кон'юнктури: соціальні конфлікти, стихійні лиха, політичні кризи й ін.

Завдання кон'юнктурних досліджень складається у визначенні ступеню впливу окремих факторів на формування кон'юнктури в певний момент часу. Вирішити таке завдання можливо, якщо вести дослідження кон'юнктури з урахуванням нових явищ, що виникають. Для того, що б представляти ситуацію, що відбувається на ринку, недостатньо знати зміни цін, біржових індексів, рух запасів і коливання інших показників. Дослідження ринкової кон'юнктури вимагає знань закономірностей розвитку економіки, взаємодій ринків у відтворювальному процесі.

У науковій літературі розглядаються три рівні дослідження кон'юнктури ринку: загальноекономічний, галузевий і товарний [5].

- *Загальноекономічний рівень* дослідження кон'юнктури ринку показує стан світового господарства або господарства окремої країни, групи країн, що складаються під впливом кон'юнктуро-утворюючих факторів. Він включає наступні аспекти: економічний потенціал господарства і його елементів (природні, виробничі, трудові, фінансові ресурси, науково-освітній

і інфраструктурний потенціал, інституціональну структуру господарства). Включає фірмову структуру, масштаби концентрації, спеціалізації виробництва й збуту, організаційні форми державного регулювання економіки; систему регіональних ринків і її структуру, характеристики реалізованих товарів, фактори, що впливають на формування регіональних ринків, рівень економічного розвитку, розподіл доходів між господарюючими суб'єктами й населенням, співвідношення цін на конкуруючі товари, нагромадження товарних запасів і ін.; співвідношення попиту та пропозиції з урахуванням ступеня використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів; комерційні й фінансові умови реалізації товарів.

- *Галузевий рівень* показує положення в галузі національного або світового господарства.

- *Рівень окремого товару* показує положення окремого товару в масштабі світового, національного або регіонального ринку.

Основна мета кон'юнктурного аналізу впливає із самого визначення кон'юнктури – **виявлення та моделювання тенденцій та закономірностей розвитку ринку**. Для її досягнення необхідно послідовно вирішувати такі завдання:

- визначити об'єкт кон'юнктурного аналізу;
- зібрати та опрацювати кон'юнктурну інформацію про об'єкт дослідження і пов'язані з ним економічні процеси;
- оцінити особливості стану досліджуваного ринку, виявити поведінку суб'єктів, що діють на ринку;
- оцінити й проаналізувати потенціал та основні пропорції ринку;
- виявити основні тенденції розвитку ринку, його коливання, сезонність, циклічність.

Перелічені завдання орієнтовані на повну характеристику стану ринку в цілому, а також у розрізі окремих його елементів та складових.

Зазначені завдання зосереджують у собі як етапи реалізації методики кон'юнктурного налізу, так і саму методологію.

Кожна фірма, готуючись до виходу на ринок, зіштовхується з необхідністю дати оцінку сформованої ринкової ситуації. Вона розробляє кон'юнктурний огляд – комплексну оцінку ринкової кон'юнктури, виконану за результатами спеціальних досліджень.

Кон'юнктурними дослідженнями на підприємствах звичайно займаються кон'юнктурні служби, які виділяють наступні основні завдання **кон'юнктурного аналізу** товарного ринку:

- збір і обробка кон'юнктурної інформації;
- інтегральні й диференціальні оцінки стану ринку, типологія ринкової ситуації;
- характеристика масштабу (обсягу) ринку;
- виявлення, аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку і його динамічної стабільності;
- оцінка й аналіз коливань, сезонності й циклічності розвитку ринку;
- оцінка й аналіз регіональних розходжень ринку;
- оцінка й аналіз ділової активності;
- оцінка комерційного (ринкового) ризику;
- характеристика ступеня монополізації й інтенсивності конкуренції.

Поставлені завдання орієнтовані на всебічну, взаємозалежну характеристику стану ринку в цілому й у розрізі окремих його елементів і складових частин.

Загалом етапи кон'юнктурного аналізу можна поділити на два рівні реалізації:

На першому етапі – здійснюється аналіз ринкової кон'юнктури, що повинен охарактеризувати масштаби й типологію ринку, його головні пропорції, вектор і швидкість зміни основних параметрів, рівень стабільності розвитку.

На другому етапі – здійснюється спроба побудувати модель ринкових взаємозв'язків і спрогнозувати ринкову ситуацію.

Другий етап є найскладнішим щодо об'єктивності оцінок, а перший – з огляду трудомісткості аналізу.

Послідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, що забезпечують аналіз сформованої ситуації на ринку і виявлення найближчих перспектив його розвитку становлять **методологію дослідження кон'юнктури**.

Методологія вивчення економічної кон'юнктури ринку включає такі види робіт:

- визначення об'єкта (виду ринку або його частини) дослідження;
- дослідження основних рис та особливостей ринку;
- визначення переліку показників кон'юнктури;
- формування інформаційної бази аналізу кон'юнктури;
- визначення методів дослідження;
- аналіз результатів дослідження;
- визначення методів прогнозування кон'юнктури;
- упорядкування кон'юнктурного прогнозу.

Наведені види робіт щодо вивчення економічної кон'юнктури розташовано в порядку етапів їхньої розробки.

Кон'юнктурні дослідження належить здійснювати у визначеній послідовності. Прийнято виділяти такі стадії вивчення економічної кон'юнктури:

- I. Дослідження основних рис і особливостей ринку.
- II. Розроблення методики вивчення кон'юнктури.
- III. Збір і накопичення кон'юнктурної інформації.
- IV. Аналіз кон'юнктури.
- V. Прогноз кон'юнктури.

На першій стадії визначаються особливості досліджуваного ринку, його якісні характеристики, встановлюється коло економічних показників, що характеризують ринок.

Друга стадія зосереджується на методиці вивчення кон'юнктури ринку, а саме: визначаються види й типи економічної кон'юнктури, методи дослідження динаміки економічного процесу; виявляються основні тенденції розвитку ринку; оцінюється потенціал й основні пропорції ринку; проводиться економічна інтерпретація динаміки економічного процесу – якісна оцінка економічної кон'юнктури.

Третя стадія вивчення кон'юнктури закладає якісні характеристики аналізу; від повноти й достовірності інформації залежить правомірність інтерпретації спрямованості економічної кон'юнктури. Ця стадія передбачає формування структури інформаційної бази даних і методику збору інформації; періодичність збору інформації; методику опрацювання інформації.

На *четвертій стадії* дослідження кон'юнктури обчислюються статистичні характеристики й інтерпретується спрямованість кон'юнктури.

На останній – *п'ятій стадії* вивчення кон'юнктури складається її прогноз на певну перспективу.

1.2. Особливості дослідження кон'юнктури за видами ринків

При розгляді поняття “ринок” можна виділити два основних підходи до його трактування.

Перший підхід заснований на політико-ідеологічному й філософському трактуванні змісту ринку, коли як основні характеристики ринку розглядаються:

- ринок як *спосіб організації суспільного виробництва*, заснований на волі підприємництва й обмежені ролі держави;
- ринок як *спосіб поведінки господарських суб'єктів*, що визначає критерій прийнятих ними рішень і характер відносин між суб'єктами (“ринкова поведінка”);
- ринок як *спосіб мислення*, що формує відповідний світогляд учасників господарської діяльності (“ринкове мислення”);

Другий підхід до трактування поняття ринку заснований на виділенні його конкретного економічного змісту. У цьому випадку ринок розглядається, насамперед, як *механізм, що дозволяє визначити співвідношення попиту та пропозиції на різні види товарів і послуг, і динаміку цін*.

За кон'юнктурними спостереженнями ринки класифікуються за різними ознаками:

- за ступенем організації ринкової інфраструктури;
- за функціональним призначенням товару;
- за територіальною ознакою;
- за обсягом продажу товарів, масштабом і рівнем конкуренції.

З огляду на ступінь організації ринкової інфраструктури ринки поділяються на організовані й неорганізовані. До *організованих* ринків варто віднести біржову й банківську системи, товарні ярмарки, систему науково-технічних послуг тощо. *Неорганізовані* ринки функціонують в основному за принципом прямих зв'язків контрагентів ринку.

Головною особливістю організованих ринків із точки зору вивчення кон'юнктури є наявність визначеної інформації про характер попиту й пропозиції. Наприклад, на товарно-сировинних і фондових біржах інформація про кон'юнктуру, що складається, є повнішою, ніж про позабіржовий ринок, завдяки сформованій системі врахування біржових угод. Біржі публікують інформацію про торги, і забезпечують певний аналіз кон'юнктури на основі індексів. Повна інформація про напрямок ринкової кон'юнктури дає можливість швидше реагувати на її зміни, що у свою чергу робить кон'юнктуру порівняно нестійкою відносно середніх показників.

Неорганізовані ринки меншою мірою схильні до різних коливань кон'юнктури, проте розкид показників кон'юнктури в них більший, ніж на організованих ринках.

Класифікація ринків залежно від їх функціонального призначення наведена на рис 1.1 [1, с. 24].

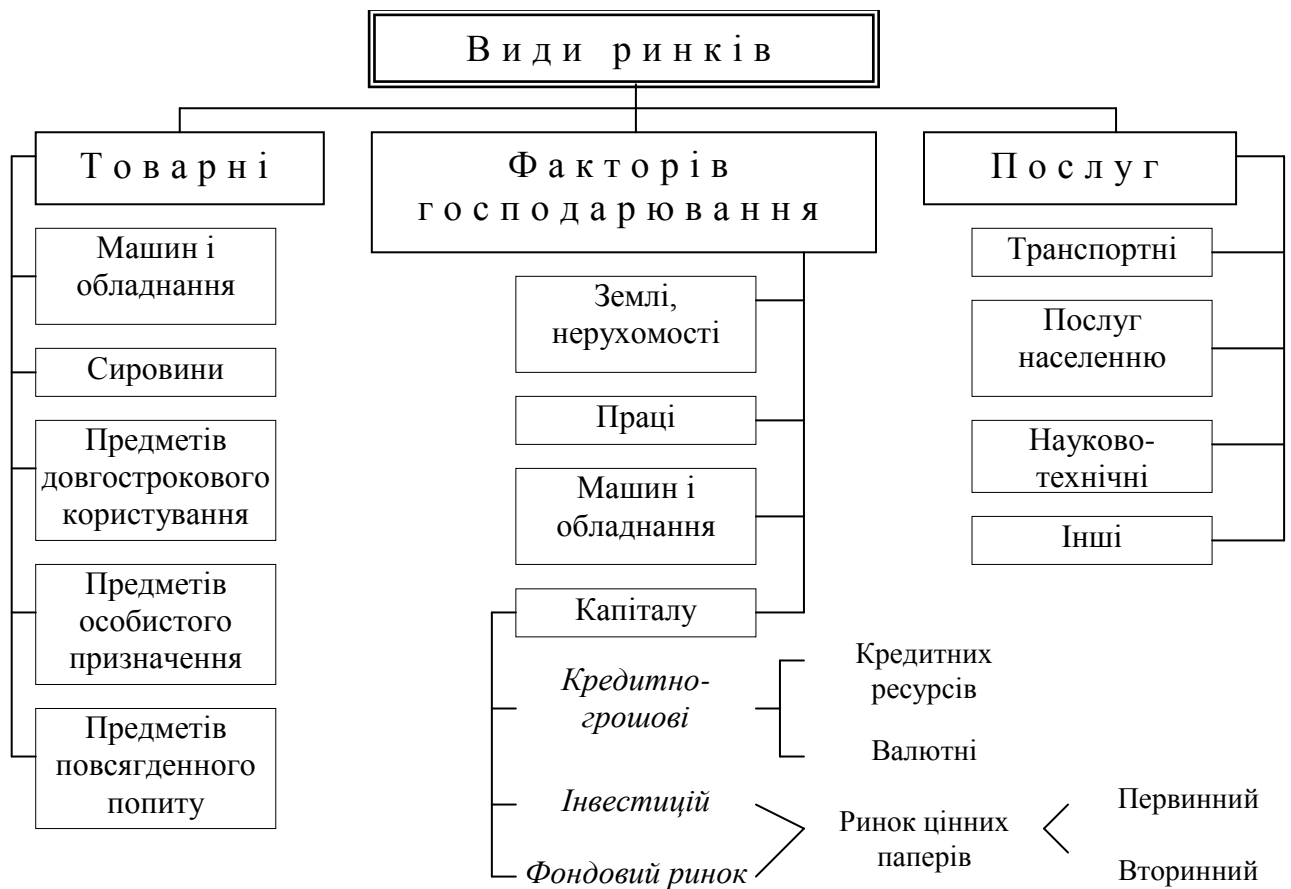


Рис 1.1. Класифікація ринків за функціональним призначенням

Прикладом характеристики ринків за обсягом продаж товарів, масштабами та ступенем конкуренції може бути матриця, представлена у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Характеристики ринків за обсягом продаж товарів і ступенем конкуренції

Тип ринку	Кількість споживачів	Кількість виробників	Вид товару	Контроль за цінами	Нецінова конкуренція
Чиста конкуренція	Дуже багато	Дуже багато	Стандартний	Немає	Немає
Конкурентний ринок	Багато	Дуже багато	Стандартний	Немає	Реклама та ін.
Монополістична конкуренція	Багато (трохи)	Декілька (багато)	Диференційований	Обмежений	Реклама и т.п.
Олігополія	Багато	Декілька	Стандартний або диференційований	Обмежений	Різноманітні форми
Чиста монополія	Небагато (багато)	Один	Унікальний	Повний	Консьюмеризм

З'ясовуючи зміст кон'юнктури, необхідно мати на увазі, що ринок із його важелями впливу на виробництво виступає сполучною ланкою між окремими господарськими одиницями. Тільки ринок визначає ступінь успіху чи неуспіху комерційної діяльності. Неважко здогадатися, що бувають періоди, коли «збіг обставин» сприяє господарській діяльності, розширенню виробництва, одержанню прибутку. Тоді сприятливі періоди характерні не тільки для окремих виробництв, а й для народного господарства в цілому. Бувають і такі періоди, коли господарська діяльність потрапляє в смугу несприятливого розвитку, прибутки знижуються, реалізація товарів ускладнюється.

Кон'юнктурний стан ринку визначається його потенційними можливостями. Кожний із суб'єктів ринку має визначені можливості насичення пропозиції і попиту. Ці можливості прийнято називати потенціалом.

У сукупності потенціал ринку – це виробничі і споживчі можливості суб'єктів господарювання, що обумовлюють рівноважний рівень попиту і пропозиції. Сукупний потенціал розпадається на виробничий і споживчий. Виробничий потенціал – це можливості зробити і довести до реалізації максимальний обсяг товарів (продуктів, послуг). Споживчий потенціал вказує на потенційні можливості споживачів у задоволенні власних потреб.

За своєю кон'юнктурною сутністю виробничий потенціал є порівняно інертною величиною, оскільки він об'єктивно визначається розміром набору виробничих чинників (виробничі потужності, технології, фінансові можливості тощо) Споживчий потенціал хоч і визначається рівнем сукупного попиту (бюджетні обмеження), але через нестабільність смаків і переваг споживачів має дуже мінливий характер.

Провести чітку межу між виробничим і споживчим потенціалом досить важко, оскільки один і той самий суб'єкт господарювання може виступати як у ролі виробника (продавця), так і у ролі споживача (покупця).

На стику виробничого та споживчого потенціалу перебуває торговий потенціал – як визначальна можливість їхньої рівноваги. Водночас, не слід плутати потенційні можливості з кон'юнктурним рівнем попиту та пропозиції. Як правило потенціал перевищує реальний рівень попиту і пропозиції.

З погляду реалізації товарного потенціалу рівень споживчого попиту визначає розвиток виробничого потенціалу.

Поряд із узагальнюючим поняттям потенціалу, що обертається на ринку, можна виділити його локальні значення за функціональною ознакою або видом ринку:

- фінансовий і кредитний потенціал;

- наявність виробничих і торгових площ;
- сировинний і товарний потенціал;
- бюджетні можливості сегментів споживачів;
- потенціал фондового ринку, ринку послуг тощо.

Основним завданням оцінювання потенціалу ринку є прогнозне визначення реалізації можливостей суб'єктів товарного ринку. Прийнято виділяти можливості на макро- і мікрорівнях.

Залежно від мети кон'юнктурного дослідження розрахунок макропотенціалу показує можливості всього товарного ринку або його сегмента.

Мікропотенціал підприємства – це його виробничі або торгові потужності, максимально можливий обсяг виробництва, реалізації і товарообігу. Він визначається як сума потужностей підприємства. Споживчий мікропотенціал визначається тією нішею, що займає підприємство, та можливостями споживачів. Аналіз мікропотенціалу входить у перелік завдань маркетингових досліджень.

1.2.1. Особливості аналізу товарного ринку

Товарний ринок являє собою систему економічних зв'язків, по-перше, між виробниками й споживачами даного товару (форма зв'язку – “купівля-продаж”) і, по-друге, усередині груп виробників і споживачів (форма зв'язку – “конкуренція”). Товарні ринки, взаємодіючи через механізм міжгалузевої конкуренції, формують національний ринок у цілому. У ході історичного розвитку ринкові відносини виходять за рамки національних меж держави, і формуються міжнародні товарні ринки.

У науковій літературі можна зустріти класифікацію товарних ринків за різними ознаками (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація товарних ринків

№	Класифікаційна ознака	Тип ринку
1.	Структура господарства країни	1. Країни з економікою натурального господарства 2. Країни-експортери сировини 3. Країни, що розвиваються в промисловому напрямку 4. Промислово-розвинуті країни
2.	Рівень доходів і характер їхнього розподілу в країні	1. Країни й регіони з низьким рівнем доходів (дуже низьким і переважно низьким). 2. Країни й регіони з високим рівнем доходів (дуже високим і переважно високим). 3. Країни з низьким, середнім і високим рівнем доходів. 4. Країни з переважно середнім рівнем доходів.

№	Класифікаційна ознака	Тип ринку
3.	Територіальна ознака	1. Внутрішній. 2. Національний. 3. Регіональний. 4. Світовий.
4.	Товарно-галузевий із багаторівневою деталізацією	1. Машин і устаткування. 2. Мінеральної сировини й палива. 3. Сільськогосподарської сировини, продовольчих і лісових товарів.
5.	Сфера суспільного виробництва	1. Товарів матеріального виробництва (сировини, продовольства, машин, устаткування). 2. Товарів духовного виробництва (досягнень науки, технологій, ноу-хау, творів мистецтва, книг і т.п.).
6.	Характер кінцевого використання товарів	1. Товарів виробничого призначення. 2. Товарів споживчого призначення.
7.	Термін використання товарів	1. Товарів довгострокового використання. 2. Товарів короткострокового використання. 3. Товарів одноразового використання.
8.	Організаційна структура товарних ринків (різні умови торгівлі й характер взаємин між продавцями й покупцями) і т.д.	1. Світовий ринок а) відкритий б) закритий. 2. Внутрішній ринок а) оптовий б) роздрібний.

Наведена класифікація товарних ринків дозволяє поглибити характер подальшого дослідження конкретного товарного ринку, виходячи зі специфічних особливостей самого товару, характеру його виробництва й кінцевого використання, організаційної структури збуту й територіальної приналежності підприємства й досліджуваного ринку. Це дозволяє вивчити й використати при прогнозуванні ризику, з якими прийдеться зіштовхнутися підприємцям. По суті класифікація являє собою макро сегментацію світового товарного ринку як єдиного цілого. Поглиблення дослідження ринкових можливостей припускає необхідність подальшого членування ринку залежно від груп споживачів і споживчих властивостей товарів, що в широкому розумінні визначає поняття ринкової сегментації.

Ринкова сегментація являє собою, з одного боку, метод для знаходження частин ринку й визначення об'єктів (споживачів), на які спрямована маркетингова діяльність підприємства, з іншого боку – це управлінський підхід до процесу прийняття підприємством рішень по ринку, основа для вибору правильного поєднання елементів маркетингу, при яких ризики будуть мінімальними. Сегментація проводиться з метою задоволення запитів споживачів у різних товарах, а також раціоналізації витрат підприємства-виробника на розробку програми виробництва, випуск і реалізацію товару. На цій стадії саме й народжуються передумови, причини й фактори більшої частини ризиків.

При сегментації ринку необхідно враховувати й розрізняти не тільки ознаки (фактори), але й критерії (умови) сегментації. Критерій – це спосіб оцінки обґрунтованості вибору того або іншого сегмента ринку для підприємства, тоді як ознака - спосіб виділення даного сегмента на ринку.

Найпоширенішими критеріями сегментації є наступні:

1. Кількісні параметри сегмента. До їхнього числа відносять ємність сегмента, тобто, скільки виробів і якою загальною вартістю може бути продана, яке число потенційних споживачів є, на якій площі вони

проживають і т.п. Виходячи із цих параметрів підприємство повинне визначити, які виробничі потужності варто орієнтувати на даний сегмент, які повинні бути розміри збутової сітки.

2. Доступність сегмента для підприємства, тобто можливості підприємства одержати канали розподілу й збуту продукції, умови зберігання, транспортування виробів споживачам на даному сегменті ринку. Підприємство повинне визначити, чи має воно достатню кількість каналів збуту своєї продукції (у формі торговельних посередників або власної збутової сітки), яка потужність цих каналів, чи здатні вони забезпечити реалізацію всього обсягу продукції, виробленої з урахуванням наявної ємності сегмента ринку, чи досить надійна система доставки продукції споживачам (чис тут дороги і які, під'їзні колії, пункти переробки, склади).

3. Істотність сегмента, тобто, визначення того, наскільки реально ту або іншу групу споживачів можна розглядати як сегмент ринку, наскільки вона стійка за основними об'єднуючими ознаками. Маркетологам у цьому випадку варто з'ясувати, чи має даний сегмент перспективи росту, або зниження, чи варто орієнтувати на нього виробничі потужності або, навпроти, треба їх перепрофілювати на інший ринок.

4. Прибутковість. Визначити, наскільки рентабельною буде для підприємства робота на виділеному сегменту ринку.

5. Сумісність сегмента з ринком основних конкурентів. Використовуючи цей критерій, маркетологи повинні одержати відповідь на питання, наскільки основні конкуренти готові поступитися обраним сегментом ринку, наскільки просування товару даного підприємства зачіпає їхні інтереси?

6. Ефективність роботи на обраному сегменті ринку, тобто, перевірка наявності у вашого підприємства належного досвіду роботи на обраному сегменті, наскільки управлінський, виробничий і збутовий персонал готові ефективно просувати продукцію на цьому сегменті, наскільки вони підготовлені для конкурентної боротьби.

7. Комунікативність. Підприємство повинне мати постійний контакт із сегментом (наприклад, через канали особистої й масової комунікації).

8. Захищеність обраного сегмента від конкуренції. Оцінити реально свої можливості, вистояти в конкурентній боротьбі з можливими конкурентами на обраному сегменті ринку. Тут важливо визначити, хто є сьогодні й може стати конкурентом на обраному сегменті ринку в майбутньому, які його слабкі й сильні сторони, які ваші власні порівняльні переваги в конкурентній боротьбі, на яких напрямках господарської діяльності необхідно сконцентрувати основні зусилля й ресурси для того, щоб розвинути сильні сторони й усунути недоліки й т.п.

Тільки отримавши відповіді на перераховані вище питання й оцінивши потенціал підприємства, можна ухвалювати рішення щодо вибору даного сегмента для конкретного підприємства й ступень ризику по вибраному рішенню.

Для підприємця важливо вибрати саме той ринок, що дає можливості йому найповніше реалізувати свої потреби. Ринок має бути достатньо містким, щоб скуповувати витрати на його освоєння. Саме на виявлення необхідних ринків, вивчення обставин, що складаються на ньому й спрямовується дослідження підприємця.

Стихійність товарного ринку залишається його головною ознакою. Вона ніби закладена в ринковий механізм. Зміни основних параметрів ринку на деяких відрізках часу відбуваються з різною швидкістю й інтенсивністю, що й призводить до короткочасного або до більше довгострокових порушень у пропорційності ринкового процесу, до відхилень від основної тенденції розвитку.

Кон'юнктура товарного ринку є складеним компонентом загальноекономічної кон'юнктури країни й, у відомій мері, світової кон'юнктури. Однак окремі (локальні) ринки в рамках загальної кон'юнктури можуть мати значні особливості у своєму розвитку. Товарний ринок у своєму розвитку тісно пов'язаний з фінансовим ринком, ринком інвестицій, ринком

праці й т.п. Біржовий ринок (як товарний, так і ринок цінних паперів) виступає в якості одного з індикаторів кон'юнктури товарного ринку, але в той же час біржова гра впливає на ринкову ситуацію. Кон'юнктуру можна вивчати як з позиції стану всього товарного ринку, так і розрізняючи федеральний ринок, регіональні й муніципальні ринки. Досліджується також стан окремого сегмента ринку (або ринкової ніші), на який орієнтується конкретна фірма. Варто враховувати, що, будучи залежним від ринку більше високого рангу, кожний ринок нижнього рівня в чинність своєї специфіки в стані розвиватися по власному шляху, і його кон'юнктура може значно відрізнитися від загальноекономічної кон'юнктури.

Оцінки ринкової кон'юнктури виставляються на основі комбінування ринкових індикаторів. Індикатором ринку вважається показник, що дозволяє одноосібно або в комбінації з іншими показниками відбити ринкову ситуацію. До ринкових індикаторів відносяться: надходження товарів (поставка або як альтернатива обсяг виробництва), продаж товару (товарообіг, у вартісних або натуральних одиницях), товарні запаси (у вартісному вираженні або в днях обороту), ціни (у грошових одиницях або у відношенні до доходу), прибуток (або рентабельність). Часто ринковими індикаторами є не статичні показники, а їхні темпи росту (динамічні індекси).

Неформальними кон'юнктурними оцінками є характеристики купівельних настроїв, що відображають тенденції жвавості ринку, і інфляційних очікувань, що пророкують зміни цін. Обидві ці характеристики базуються на основі опитувань, як самих споживачів, так і підприємців, що виступають на ринку як продавців.

1.2.2. Особливості вивчення кон'юнктури ринку послуг

Ринок послуг як складова світового ринку сформувався внаслідок виокремлення невиробничої діяльності в окрему сферу господарства – сферу послуг, що є об'єктивним процесом поглиблення суспільного поділу праці внаслідок розвитку продуктивних сил та диверсифікації суспільного виробництва (рис. 1.2). Невиробнича діяльність, виділена за ознакою глибини переробки первинного продукту, об'єднує галузі та види діяльності, призначені для створення умов функціонування господарства та забезпечення життєдіяльності населення [2, с. 331-346].



Рис. 1.2. Структура невиробничої сфери

Виокремлення послуг в окрему сферу діяльності, яка сформувала ринок послуг, ґрунтується на специфіці самої послуги. Сутність послуги довгий час була предметом дискусій. Чітке визначення природи, структури, характеру послуги має принципове значення не тільки в теоретико-методологічному плані, а й у практиці господарювання, оскільки впливає на збалансованість розвитку економіки, рівень та якість життя населення. На даний час уже

склалась певна точка зору щодо сутності послуги як економічної та соціальної категорії.

Послуга - це «цілеспрямована діяльність, результати якої мають прояв у корисному ефекті». Результатом цієї діяльності є «зміна в положенні інституціональної одиниці, яка відбулася в результаті дії її на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею». Тобто, результатом діяльності є певні «переваги, які можуть мати матеріальний вираз і виступати у формі товару (наприклад, послуги будівництва, пошиття одягу тощо) або являти собою тільки діяльність і не мати матеріального виразу (наприклад, послуги страхування, інформаційні та інші). Головне призначення послуги – задоволення потреб людини. Потреби людини, у принципі, безмежні, але жорстко детерміновані рівнем соціально-економічного розвитку певного суспільства. Нижню межу особистих потреб складають фізіологічні (потреби в їжі, житлі, одязі, гігієнічні тощо), верхня межа визначається як об'єктивними умовами (рівень розвитку країни, рівень урбанізації, структура зайнятості та загальний рівень життя населення тощо), так і суб'єктивними (вік, стать, рівень освіти, рівень та умови життя, належність до певного соціального прошарку населення). Тому потреби населення в товарах та послугах диференційовані в просторі та часі та стратифіковані в залежності від конкретних об'єктивних та суб'єктивних ознак.

Послуги задовольняють найрізноманітніші потреби: суспільні, виробничі, особисті. Відповідно до різнобічного характеру задоволення потреб та особливостей функціонування послуги класифікуються за різними ознаками: за характером праці, направленістю, економічною основою функціонування, формою організації та частотою попиту, місцем та характером споживання тощо (рис. 1.3).

Специфічні ознаки послуги можна звести до чотирьох «НЕ»:

- невідчутність (невидимість);
- нерозривність виробництва та споживання;
- неможливість накопичення та зберігання;

- неоднорідність та мінливість якості.

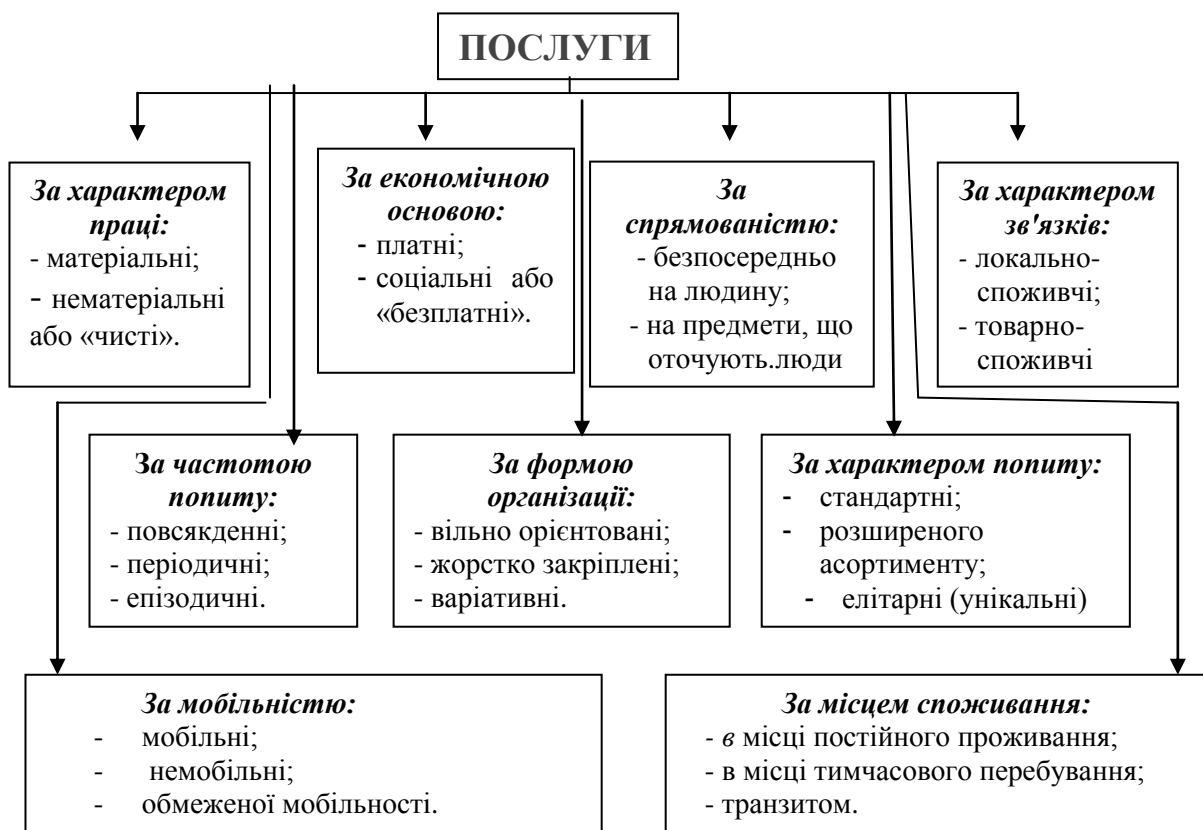


Рис. 1.3. Основні класифікації послуг

Невідчутність впливає із самої сутності послуги як переважно діяльності, яка, за словами Ф. Котлера «здебільшого немає матеріального виразу» [2, с. 638], але надає певні переваги. Тобто, послугу неможливо сприйняти на дотик, вона невідчутна, невидима. Звідси неможливість їх накопичення та зберігання, оскільки діяльність у сфері послуг передбачає в більшості випадків одночасність процесу виробництва та споживання послуг, тобто реалізація та споживання співпадають у часі та просторі. Звідси впливає така особливість організації обслуговування: кількість, номенклатура та якість послуг у даному місці в даний час повинна відповідати аналогічному попиту на ці послуги. Наслідком одночасності процесу виробництва/споживання є неоднорідність та мінливість якості послуги. Переважна більшість послуг немає масового характеру, вона завжди несе в собі риси індивідуалізації, а це позначається як на виробництві, так і на споживанні послуг. На якість послуги впливають час і місце надання,

кадровий склад, рівень кваліфікації, психологічні особливості, навіть стан здоров'я та настрої виробника послуги. Особисті властивості споживача також впливають на оцінку якості отриманої послуги.

Зазначені відмінності послуги від товару значною мірою впливають на характер функціонування ринку послуг. На ринку послуг великого значення набуває певний «кредит довіри» споживача до виробника, оскільки споживачу почасти важко оцінити що саме він придбає, які переваги в результаті отримає, якої якості буде цей продукт. Тобто, з боку споживача присутній обов'язково елемент надії та довіри до виробника, що ускладнює роботу виробника на ринку послуг, оскільки він працює в умовах постійної мінливості та невизначеності споживацької поведінки. Щоб стабілізувати ринок, виробники намагаються візуалізувати свою продукцію, підвищити її «матеріальність», підкреслити її значимість та корисність (цінність). Саме цій меті служить рекламна діяльність: випуск буклетів, брошур, каталогів, фільмів та іншої аудіовізуальної продукції, проведення конкурсів, шоу тощо.

Специфіка послуг ускладнює процес їх просування на ринок, ціноутворення, збільшує конкуренцію. З огляду на це, великого значення набуває застосування різноманітних інновацій в організації виробництва, нової техніки та технологій, що сприяють автоматизації певних ланок виробництва послуг, зменшенню витрат ручної праці, що не тільки здешевлює послуги, роблячи їх доступнішими для споживача, а й робить можливою їх стандартизацію.

Серед чинників, що стимулюють розвиток ринку послуг, домінуючими є прискорений розвиток науково-технічного прогресу та пов'язане з інтенсифікацією виробництва зростання прибутків населення. Прискорення науково-технічного прогресу і впровадження нових технологій впливає на збільшення обсягів виробництва складної техніки, насичення нею повсякденного побуту, збільшується частка сервісного обслуговування у вартості товару і відповідно збільшується обсяг послуг. З іншого боку, посилюється «соціалізація» послуг, коли впровадження нової техніки і

технологій дозволяє перевести ряд послуг із категорії «домашніх», що вироблялися в домашніх умовах, у предмет ринкової торгівлі.

Зростання прибутків населення є об'єктивним наслідком довготривалого економічного підйому, притаманного другій половині ХХ сторіччя. Зростання прибутків на душу населення стимулює попит і в першу чергу на товари довгострокового вжитку. Відбулося насичення ринку товарами довгострокового вжитку, а експлуатація цих товарів неможлива без розвитку відповідної послуг. В результаті ринок виробничих послуг став практично стабільним. Так, в США випереджаючий ріст ринку виробничих послуг названий фактором стабілізації національного ринку. Зростаючий попит стимулює й розвиток інших видів послуг, спричинює диверсифікацію цієї сфери, ускладнення її структури.

Потужним чинником розвитку невиробничої сфери та сфери послуг зокрема можна вважати глобалізацію як об'єктивний процес, що засвідчує постіндустріальну стадію розвитку сучасної цивілізації. Інтернаціоналізація та транс націоналізація діяльності, пов'язана з розвитком науково-технічного прогресу, знайшла свій прояв в спільності технологій, у створенні та використанні світових інформаційних мереж, проявляється, з одного боку, в реструктуризації сфери послуг, спрямованій на забезпечення обслуговування технологічно насиченої системи життєзабезпечення, а з іншого, виводить сферу послуг в розряд найдинамічніших складових постіндустріального суспільства. Постіндустріальне або інформаційно-технологічне суспільство основане вже не на накопиченні багатств різного ґатунку, а на інтелекті, якій виховується певним суспільством відповідно до пануючих світоглядних доктрин, і тому інтелект стає ресурсом і водночас рушійною силою суспільного розвитку, висуваючи відповідні потреби, у тому числі й до ринку послуг, стимулюючи його динамізм та диверсифікацію, реструктуризацію та зміну форм, у тому числі й форм геопросторової організації.

Сукупна дія зазначених чинників сприяла виникненню нових форм торгівлі послугами. Це стосується, наприклад, таких галузей як банківська,

фінансова, страхова, де використання сучасних технологій докорінно змінило характер діяльності й дозволило значно розширити коло споживачів. Динаміка потреб і відповідна їй динаміка попиту розширили коло послуг, що є продуктами обміну міжнародного ринку (наприклад, комерційний обмін інформацією, бази даних). А використання новітніх комунікаційних засобів змінило характер взаємодії суб'єктів ринкової діяльності, (використання супутникового або електронного зв'язку).

У залежності від характеру функціонування та масштабів діяльності послуги можуть виступати товаром міжнародної торгівлі, хоча в переважній більшості вони мають локальний характер і призначені для споживання в національних межах.

У міжнародній торгівлі розглядають понад 600 різновидів послуг, об'єднаних у такі *класифікаційні групи*:

- 1) транспортне обслуговування з підрозділом на пасажирські та вантажні перевезення;
- 2) мандрівки ділові та особисті;
- 3) зв'язок;
- 4) будівництво;
- 5) страхування;
- 6) фінансові;
- 7) комп'ютерні, інформаційні послуги;
- 8) роялті та ліцензування;
- 9) інші бізнес послуги, такі як посередницькі, технічні, лізингові;
- 10) персональні, культурні та рекреаційні послуги;
- 11) послуги державних установ.

Саме так ураховуються послуги в платіжному балансі країн, що складається за методикою Міжнародного Валютного Фонду, якою користуються практично всі країни світу. За оцінками спеціалістів, у 90-х роках ХХ ст. обсяг діяльності з надання послуг складав понад 60% світового ВВП [3, с. 263].

Сфері послуг сучасного етапу притаманні випереджальні темпи розвитку, інтенсивна диверсифікація галузевої структури, територіальна диференціація залежно від рівня соціально-економічного розвитку країн.

Підсумовуючи, слід зазначити характерні відміни ринку послуг, якому притаманна значна диференціація залежно від рівня економічного розвитку національних ринків, динаміка росту обсягів діяльності та структурні зміни на цьому ринку також вищі за загальносвітові. Інноваційні технологічні процеси в сфері послуг вторинні, але мають структуроутворююче значення, сприяючи інтенсифікації диверсифікаційних процесів. Форми територіальної організації ієрархізовані залежно від ступеня концентрації інноваційних галузей діяльності. Можна виділити локальні форми, які формуються та функціонують в межах національних економік, та інтернаціональні (глобальні) форми, які функціонують, обслуговуючи світо господарські зв'язки. [4, с. 34-37].

Таким чином, характерними ознакам ринку послуг є:

- підвищена ризикованість, пов'язана зі значною мінливістю попиту;
- різнорідність діяльності за характером і масштабами, що спричинює значну структурованість ринку;
- мобільність суб'єктів ринкової діяльності;
- значна галузева та територіальна диференціація, викликана відмінами в рівні економічного розвитку та життя населення;
- динамізм та диверсифікація, викликані зростанням потреб населення.

1.2.3. Специфіка дослідження споживчого ринку

Поняття «споживчий ринок» у сучасній економічній літературі зустрічається з початку 90-х рр. У числі перших робіт про регіональні споживчі ринки варто назвати монографії й статті Р. І. Шнипера й А. С. Новосьолова, які пишуть, що споживчий ринок являє собою територіальну організацію сфери обігу, покликаний забезпечити населення регіону товарами на основі розвитку товарно-грошових відносин при мінімальних витратах обігу.

Споживчий ринок, на думку більшості авторів, являє собою ту частину товарного ринку (ринку послуг), на якій товари (послуги) купуються для особистого споживання. У цьому зв'язку можна прийняти визначення, дане І. М. Шабуніною, О. Д. Ломовцевою і М. Ю. Трубіним: споживчий ринок – це основна складова структури сучасної ринкової економіки, де частина ВВП, матеріалізована у вигляді зроблених бізнесом товарів і послуг, купується або здобувається споживачами для особистого споживання.

Насиченість і ємність регіонального споживчого ринку багато в чому визначаються ефективністю господарської діяльності в регіоні. Саме від неї багато в чому залежить кінцеве споживання населення регіону.

Регіональний споживчий ринок впливає на ряд фаз, тісно пов'язаних між собою в єдиному процесі: потреби населення регіону – виробництво (пропозиція) – грошові доходи населення – реалізація (торгівля) – споживання (задоволення потреб). Блок потреб на початку процесу виступає в ролі заявок виробництву, орієнтує його на певний обсяг і структуру виробничих ресурсів. Він є найважливішим чинником формування політики пріоритетів у виробничій програмі регіону. У цьому зв'язку положення й місце регіонального споживчого ринку в загальній системі господарства регіону схематично можна представити в такий спосіб (див рис. 1.4) .

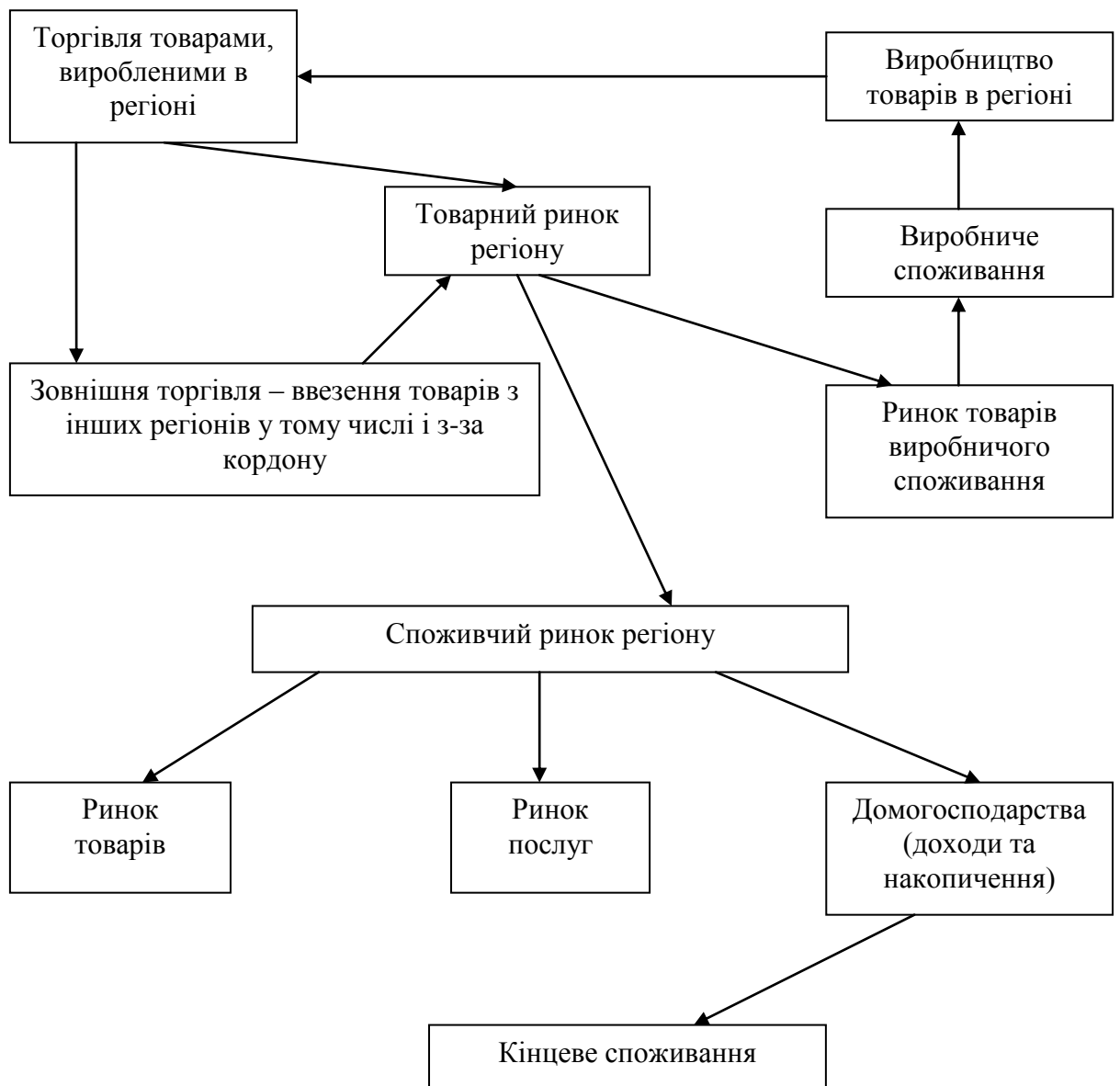


Рис. 1.4. Взаємозв'язки споживчого ринку регіону

Кожна із зазначених фаз процесу формування й використання фонду споживання в регіоні характеризується особливостями взаємодії його елементів, своїм механізмом руху, розвитку й удосконалювання. Стикування фаз формування й кінцевого використання фонду споживання здійснюється через споживчий ринок. Саме сигнали, що йдуть від споживачів до виробництва, і відображають реальний попит населення на товари потрібних асортиментів.

Організаційно регіональний споживчий ринок представлений мережею магазинів роздрібно́ї й дрібнооптової торгівлі, оптовими базами, посередницькими, організаціями, різними підприємствами сфери послуг регіону. Виходять на споживчий ринок як продавці й підприємці без утворення юридичної особи. Їм протистоять покупці, реально представлені домогосподарствами. Така суб'єктна визначеність регіонального споживчого ринку.

Просторово даний ринок визначається територією, на якій покупці можуть придбати товар або послугу. У зв'язку з тим що регіон у відповідності із правовою базою України ідентифікується як область, що відрізняється сукупністю природних або історично сформованих економіко-географічних особливостей, регіональний споживчий ринок має відповідну територіальну визначеність.

Методичні підходи авторів до вивчення регіонального споживчого ринку припускають дослідження його з урахуванням виявлення загального обсягу попиту населення на окремі групи й види товарів й обсягу їхніх пропозицій; визначення роздрібного товарообігу, обсягів продажів споживчих товарів, а також співвідношення на споживчому ринку вітчизняних й імпортованих товарів; аналізу якості товарів, що надходять на споживчий ринок; складання характеристик торговельної роздрібно́ї мережі регіону; вивчення системи платних послуг і т.д.

Стан споживчого ринку, його кон'юнктура – це сукупний результат взаємодії комплексу факторів й умов відтворювального процесу, які в конкретний період часу визначають співвідношення попиту та пропозиції товарів і послуг, а також тенденції розвитку цього співвідношення залежно від динаміки цін, рівня доходів, обсягів виробництва, структури ввезеної продукції.

Першим етапом дослідження регіонального споживчого ринку є виявлення попиту населення регіону на відповідні товари. Вивчення попиту повинне подавати інформацію, що дозволяє прогнозувати ємність і структуру

ринку, а також передбачувані зрушення в зміні географії виробництва й споживання товарів і послуг.

Як відомо, платоспроможний попит населення регіону характеризується сумою грошових ресурсів, що воно може направити на придбання товарів і споживання платних послуг. Отже, структура платоспроможного попиту перебуває в прямої залежності від джерел формування доходів населення, зокрема, тих, які приймають грошову форму.

Саме доходи населення обумовлюють попит на товари й послуги; рівень платоспроможності; динаміку виробництва товарів масового споживання в регіоні; обсяги, асортимент і якість товарів, завезених з інших регіонів і з-за кордону; характер і якість наданих населенню послуг, ціни на товари й послуги, їхня динаміка; методи й системи збуту товарів, сервісне обслуговування й т.д.

Зростання диференціації доходів населення в умовах переходу до ринку – явище закономірне. Розходження в доходах можуть збільшуватися за рахунок різної суспільної корисності праці тих або інших учасників виробництва. Крім того, враховуються доходи від власності (у вигляді дивідендів, орендної плати, підприємницького доходу), використовуваних на споживання.

Зниження грошових доходів населення в багатьох регіонах України обумовило падіння платоспроможного попиту, скорочення споживання значною частиною населення самих необхідних товарів, наприклад, продуктів харчування. Природно, подібне зниження доходів стримує розвиток регіональних ринків.

Експертами проведена оцінка впливу рівня доходів населення на придбання товарів й оплату послуг по регіонах. Її результати можна сформулювати так:

1. Регіони істотно розрізняються по обсягах роздрібного товарообігу розрахованого на душу населення. Така диференціація все більше підсилюється.

2. Обсяг товарообігу значною мірою залежить від рівня доходів населення: у регіонах із високими доходами роздрібний товарообіг набагато більший, ніж в «бідних». І зростає він у цих районах швидше, ніж на територіях, де населення менш заможне.

Не менш значимим у домінуванні тенденції посилення диференціації регіонів по обсягу роздрібного товарообігу представляється нерівномірний розвиток виробництва товарів масового споживання по території країни. Очевидно, що регіони зі слабо розвиненим виробництвом мають менший потенціал для формування повноцінного споживчого ринку, чим промислово розвинені. У цей час підприємствам, що виробляють товари масового попиту, складно пробитися на регіональні споживчі ринки при засиллі імпорتنих товарів, у деяких випадках неякісних. Вітчизняні підприємства, на жаль, перебувають далеко не в рівних умовах із закордонними виробниками внаслідок того, що наші підприємства довгі роки випускали свою продукцію, не прислухаючись до думки й смаків споживачів. Криза в економіці, наповнення споживчого ринку імпортними товарами, можна сказати, «познайомили» підприємства з їхніми потенційними споживачами, з тими, на кого вони повинні працювати. Уже сьогодні на багатьох українських підприємствах розроблені бізнес-плани, діють служби маркетингу, формується сервіс для залучення своїх споживачів.

Центральним суб'єктом споживчої активності на територіальному рівні є домогосподарства, що купують товари й послуги для особистого споживання й проживання в даному регіоні. Домогосподарство – це територіально локалізована господарська одиниця, що спеціалізується на виробництві й споживанні товарів і послуг в умовах ведення натурального господарства й заміщення на коопераційній основі спеціалізованих ринкових операцій.

Основною частиною регіонального споживання є витрати на кінцеве споживання домашніх господарств. Вони включають витрати на кінцеве споживання домашніх господарств, і охоплюють витрати домашніх

господарств на придбання споживчих товарів і послуг у нетоварній формі, які виступають як особисті доходи.

Витрати на кінцеве споживання домашніх господарств включають:

- купівлю нових товарів короткочасного й тривалого користування в державній і кооперативній торгівлі, на оптових і роздрібних ринках, у приватних осіб й осіб, зайнятих індивідуальною трудовою діяльністю;

- купівлю ринкових споживчих послуг, що включають:

- квартирну плату й оплату комунальних платежів (за центральне опалення, воду, каналізацію, газ, електроенергію для висвітлення й побутових потреб й ін.);
- платежі за проживання в готелях й ін.;
- оплату побутових послуг (лазні, пральні, перукарні, фотографії, прокатні пункти, довідкові бюро, агенції з продажу та обміну житлової площі й ін.);
- купівлю путівок у санаторії, будинки відпочинку, пансіонати й т.д.;
- платежі за послуги платних медичних установ;
- витрати на придбання квитків у кіно, театри, музеї, планетарії, зоопарки й інші культурно-просвітні установи;
- оплату послуг транспорту й зв'язку;
- придбання квитків на спортивні та оздоровчі заходи (стадіони, басейни, фітнес-клуби й т.п.);
- оплату послуг зі здачі в найом житла, машин, устаткування, транспортних засобів;
- оплату фінансових, юридичних й інших послуг;
- плату за навчання на курсах, заняття в кружках і т.п.;
- торговельну націнку на товари, придбані через комісійні магазини;
- вартість послуг домашньої прислуги;

- вартість продуктів, зроблених домашніми господарствами для власного споживання;
- вартість продуктів і послуг, що надійшли в натуральній формі як оплата праці;
- вартість безкоштовних (або за зниженими цінами) послуг соціально-культурного характеру, надаваних працівникам і членам їхніх родин самостійними підрозділами підприємств й організацій, які можуть бути відособлені як одиниці класифікації (наприклад, послуги відомчих лікарень, стадіонів, клубів, будинків відпочинку й т.п.);
- соціальні допомоги, надані в натуральній формі державними установами й суспільствами як у рамках існуючих програм соціального страхування й забезпечення, так і крім них;
- умовно обчислену квартирну плату відносно житла, зайнятого їхніми власниками (умовно житлову ренту);
- подарунки, отримані домашніми господарствами з-за кордону, за мінусом подарунків, посланих домашніми господарствами за рубіж;
- сальдо покупок домашніми господарствами антикварних виробів і старих споживчих товарів тривалого користування.

До переліку властивостей домогосподарства, що визначають його профіль і реакцію на зміни в ринковому середовищі, можна віднести доход на кожного його члена, професійний статус працездатної частини, розмір наявного майна, місцезнаходження і якість житла, наявність постійної роботи й ін. Сукупний доход домашніх господарств формується переважно з доходів від їхньої виробничої діяльності на підприємствах різних форм власності, включаючи сумісництво й само зайнятість, і складається з доходів у грошовій і натуральній формі.

Істотну роль у формуванні доходів грають доходи від особистого підсобного господарства (у грошовій і натуральній формі). У складі сукупного доходу домашніх господарств ураховуються й доходи від

індивідуальної трудової діяльності, від власності, фінансових активів (цінні папери, внески в банках й ін.), а також доходи від невиробничих активів (орендна плата за землю, дивіденди, відсотки отримані й т.п.). Сукупний дохід формують і поточні трансферти: пенсії, стипендії, страхові відшкодування, компенсаційні виплати поточного характеру (матеріальна й гуманітарна допомога, допомоги й ін.).

Повні стандартні домогосподарства, що складаються із двох дорослих членів родини й не більше двох неповнолітніх дітей, характеризуються високою централізацією доходів, помірною схильністю до заощаджень, раціоналізмом у споживчому поведженні. У таких родинах, як правило, жінка змушена займатися домашнім господарством і вихованням дітей, і тому чоловік є основним добувачем коштів. Повні багатодітні домогосподарства відрізняються від попереднього типу більшою (3 і більше) кількістю дітей. Ця обставина змушує такі родини діяти у твердих рамках бюджетного дефіциту, що впливає на структуру витрат домогосподарств, що мають орієнтацію на придбання товарів коротко- і середньострокового використання.

1.3. Ризик зміни кон'юнктури ринку: особливості оцінки та управління

Специфіка ринкової економіки полягає в невизначеності і постійній мінливості ситуації на ринку товарів і послуг, що вимушені врахувати всі підприємницькі структури. Отже, ризик суб'єкта на ринку - це невизначеність його фінансових результатів в майбутньому, обумовлена невизначеністю самого цього майбутнього.

Оскільки в ринковій економіці постійно спостерігається зміна цін товарів, цінних паперів, процентних ставок, то учасники ринкових відносин піддаються ризику втрат унаслідок несприятливого розвитку кон'юнктури. Це примушує їх, по-перше, аналізувати, прогнозувати, моделювати майбутню ситуацію, і, по-друге, управляти ризиком так, щоб нейтралізувати несприятливі коливання кон'юнктури ринку для інвестора (виробника) або покупця того або іншого активу (товару).

Ризик зміни кон'юнктури ринку виникає при виникненні різких і несприятливих змін на окремих сегментах ринку. Якщо підприємство має вузьку спеціалізацію і працює тільки на одному ринку, то така ситуація істотно підриває надійність діяльності.

Комплексне дослідження ринку і, перш за все, ринкової кон'юнктури є інструментом, що допомагає підприємцю, уникнути можливих помилок, понизити ризик при ухваленні ним господарських і управлінських рішень.

Важливим організаційним завданням на регіональному рівні є створення служби аналізу економічної кон'юнктури ринку і економічного експортування комерційних ризиків, що дозволить оцінити реальну доцільність ухвалення рішень відносно ризику при змінах ринкової кон'юнктури в майбутньому.

Для ефективного аналізу комерційних ризиків і розробки методів їх зниження необхідно спочатку дослідити теорію ризику, розділити ризики по

видах і типах, а потім виробляти способи зниження або усунення конкретних ризиків.

Слід зазначити, що поняття «ризик» має достатньо тривалу історію. Так, на рубежі XVII-XVIII століття засновник теорії підприємництва Річард Кантільон в своїй книзі «Досвід про природу торгівлі взагалі» відзначав, що відмінною рисою підприємця є ризик у виробничо-господарській діяльності, пов'язаний з невизначеністю попиту на товар. У зв'язку з цим в економічній літературі можна зустріти досить багато визначень поняття ризик, які розкривають його багатоаспектність.

Морган, наприклад, визначає ризик як ступінь невизначеності отримання майбутніх чистих доходів. Тепман Л. дає наступне тлумачення ризику: під ризиком прийнято розуміти вірогідність (загрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або поява додаткових витрат в результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності. У роботі Градова "Стратегія і тактика антикризового управління" дається наступне визначення ризику: "Ризик - можливість втрати частини ресурсів та/чи недоотримання доходів в порівнянні з рівнями і значеннями, розрахованими виходячи з (гіпотези) передумов про найбільш раціональне використання ресурсів і прийнятого розвитку кон'юнктури ринку".

Щоб найточніше розкрити категорію «ризик», необхідно визначити також такі поняття, як вірогідність і невизначеність, оскільки в основі ризику лежить імовірнісна природа ринкової діяльності і невизначеність ситуації при її здійсненні.

Ризик складає об'єктивно неминучий елемент ухвалення будь-якого господарського рішення внаслідок того, що невизначеність – неминуча характеристика умов господарювання. У економічній літературі часто не робиться відмінностей між поняттями «ризик» і «невизначеність». Разом з тим, їх слід розмежовувати. Одже, перше характеризує таку ситуацію, коли настання невідомих подій може бути оцінено кількісно, а друге – коли вірогідність настання таких подій оцінити наперед неможливо. У реальній

ситуації рішення, що приймається підприємцем, майже завжди зв'язано з ризиком, який обумовлений наявністю ряду чинників невизначеності, що наперед не передбачаються.

У економічній теорії ризиків існує декілька можливих підходів до трактування і класифікації невизначеності, яку часто ототожнюють з поняттям «ризик». Вперше різниця між ними була відмічена американським економістом Кнайтом. Невизначеність по Кнайту – це неповнота або неточність інформації про умови реалізації проекту, зокрема про витрати і результати. Невизначеність існує, коли вірогідність наслідків може оцінюватися суб'єктивно, оскільки відсутні дані попереднього періоду.

Згідно з одним із визначень цієї категорії, ризик – це невизначеність, пов'язана з можливістю виникнення несприятливих ситуацій і наслідків в ході реалізації проекту. Ризик присутній, коли вірогідність, пов'язана з різними наслідками, може оцінюватися на основі даних попереднього періоду.

Західний економіст Френк Найт, працюючи над питаннями прийняття рішень в умовах ризику і невизначеності, виділив три умови ухвалення цих рішень: довершені знання, ризик і невизначеність. У основу такого ділення покладена наступна класифікація невизначеності по рівню вірогідності настання подій: повна визначеність (довершені знання); повна невизначеність; часткова невизначеність (ризик).

Повна визначеність (довершені знання) існує тоді, коли при прийнятті рішення альтернативні результати відомі з 100-% вірогідністю, що дає можливість суб'єктам господарської діяльності прогнозувати і обирати не тільки свою стратегію на ринку, а і визначати його власну поведінку, тенденції розвитку і т.д.

В умовах *повної невизначеності* альтернативні результати існують з невідомою вірогідністю, близькою до нуля. Суб'єкти підприємницької діяльності повністю позбавлені можливості яким би то не було способом прогнозувати як перспективи свого власного розвитку, так і ринку в цілому.

Якщо ці два види невизначеності відносяться до розряду теоретичних припущень, то *часткова невизначеність* носить конкретний практичний характер. Вірогідність настання альтернативного результату, події, а, отже, і ступінь його прогнозованості, знаходиться в межах від 0 до 1. Така ситуація характеризується як ризикова.

Отже, поняття «ризик» характеризує таку ситуацію, коли настання невідомих подій може бути оцінено кількісно, а друге – коли вірогідність настання таких подій оцінити наперед неможливо. У реальній ситуації рішення, що приймається підприємцем, майже завжди пов'язано з ризиком, який обумовлений наявністю ряду чинників невизначеності, що наперед не передбачаються.

Такий підхід дозволяє таким чином сформулювати ризик як економічну категорію. **Ризик** – це вірогідність виникнення відхилення від запланованого результату в умовах невизначеності господарської діяльності досліджуваного об'єкту.

Одна з основних причин виникнення підприємницького ризику – невизначеність зовнішнього середовища, оскільки всім підприємцям доводиться здійснювати свою діяльність в умовах наростаючої невизначеності і мінливості економічного середовища, що сприяє формуванню постійно змінних господарських ситуацій.

Основне завдання підприємця – «передбачити» можливі причини невизначеності, які і є джерелами виникнення ризикових ситуацій, знайти можливі шляхи подолання випадковостей і протидій.

На *макрорівні* найбільш важливими представляються наступні об'єктивні чинники ризику:

а) стійкість, збалансованість і перспективи зростання економіки, надійність фінансової системи (ступінь ризику вкладень).

б) розміри грошових накопичень і заощаджень, величина державного боргу (ставка позикового відсотка).

в) кон'юнктура товарних ринків, ринків золота, нерухомості і т. ін. (зіставлення з альтернативними сферами вкладення засобу).

г) темпи економічного зростання, інфляція (прибутковість).

д) масштаби виробництва акціонерних підприємств, ступінь використання ними цінних паперів для залучення засобів (ліквідність).

е) міждержавні перетоки капіталів, стан платіжних балансів і валютної системи (весь комплекс параметрів).

На *мікрорівні* це:

а) фінансова стійкість і солідність фірми;

б) величина фірми (цей параметр головним чином впливає на рівень ліквідності);

в) поточні прибутки компанії, які визначають величину дивідендів.

г) перспективність галузі, в якій діє конкретна корпорація.

Дисбаланси між попитом і пропозицією нерідко є неминучим результатом неповноти або недостовірності наявної інформації, яка може бути як об'єктивно обумовленою, так і штучно створеною. У першому випадку спекулятивна гра повинна визнаватися виправданою, а у другому свідомо дестабілізуючою, а тому протизаконною.

У класичній ринковій економіці першорядними чинниками ризику є відносна невизначеність кон'юнктура ринку, поведінка споживача і ряд інших економічних чинників. У цьому і полягає основна відмінність – в країнах із стабільним політичним режимом і сталими економічними принципами регулювання ринку значення неекономічних чинників істотно нижче, ніж в Україні, або ж ці чинники досить добре прораховуються.

В даний час в Україні найбільш ризиковою є виробнича діяльність. Процес виробництва включає декілька стадій, на кожній з яких підприємство може зазнати втрати в результаті помилкових дій керівництва або негативної дії зовнішнього середовища. При здійсненні виробничої діяльності необхідно враховувати вірогідність виникнення того або іншого виду ризику на кожній

стадії виробничого процесу - від закупівлі сировини до реалізації готової продукції.

Основні ризики, що виникають у виробничій діяльності:

- ризик того, що вироблена продукція не буде користуватися попитом;
- коопераційний ризик;
- ризик посилення конкуренції;
- ризик зміни кон'юнктури ринку;
- ризик виникнення непередбачених витрат і зниження доходів;
- ризик втрати майна підприємства;
- форс-мажорні ризики.

При визначенні і вивченні ризиків необхідно враховувати, що підприємства в своїй діяльності стикаються не з одним певним ризиком, а зі всією сукупністю різних видів ризику, що відрізняються між собою за місцем і часом виникнення, за своєю впливу на діяльність підприємства, і розглядати їх (ризики) необхідно в сукупності. Зміни одного виду ризику викликають зміни майже всієї решти видів. Все це, природно, ускладнює вибір методу аналізу рівня конкретного ризику і ухвалення рішення з його оптимізації, веде до поглибленого аналізу безлічі інших ризикових чинників.

Ризики, пов'язані із зміною кон'юнктури ринків, зачіпають практично всі аспекти господарської діяльності суб'єктів ринку, оскільки кон'юнктурні ризики пов'язані з непередбачуваністю зміни закупівельної ціни товарів, зростанням обігових витрат, втратами товару при зберіганні і транспортування і т. ін.

Кон'юнктурний ризик – це ризик зміни значень параметрів ринку, таких як ціни на товари, структура попиту і пропозиції, процентні ставки, курси валют, кореляція між різними параметрами ринку і мінливість цих параметрів.

Кон'юнктурний ризик суб'єкту ринку - це ризик його втрат в умовах невизначених (випадкових) змін ринкових чинників, які впливають на його

портфель. Зміряти ризик означає визначити величину і вірогідність можливих втрат за заданий період часу. Враховуючи, що кон'юнктурний ризик виникає практично завжди, завдання його коректного аналізу і вимірювання набуває особливого значення.

Ризик-аналіз є систематизованим набором процедур від виявлення і оцінки ризиків до вибору методів управління ними. Ризик-аналіз – це не одинична і не виняткова в конкретних випадках або ситуаціях діяльність підприємства, а постійна і жорстка необхідність, що є заставою його успішного функціонування. Ризик-аналіз застосовується в умовах потенційної небезпеки, наявності загрози для успішної і прибуткової діяльності підприємства.

Один з найбільш сучасних підходів до проблеми вимірювання, кількісної оцінки та управління кон'юнктурними ризиками передбачає використання методології Value-at-Risk (VaR). Value-at-Risk можна перевести як значення ризику або міра ризику, але подібні терміни доцільно позначати, використовуючи латинські аббревіатури.

Ця технологія дозволяє однозначно відповісти на питання, який максимальний збиток може зазнати компанія за певний період часу із заданою вірогідністю з урахуванням ризику ліквідності. Метод Value-at-Risk дозволяє виразити ризик скільки завгодно складного портфеля товарів або фінансових активів одним числом. Метод заснований на розрахунку показника імовірнісної оцінки ризику з використанням значень волатильностей і кореляцій для цін (доходностей) інструментів, що становлять портфель.

VaR – це статистичний підхід, і основним поняттям в ньому є розподіл вірогідності, що пов'язує всі можливі величини змін ринкових чинників з їх вірогідністю. Ключовими параметрами VaR є період часу, на який проводиться розрахунок ризику, і задана вірогідність того, що втрати не перевищать певної величини. Спрощено величина VaR є упевненістю на X%

(з вірогідністю X), що втрати не перевищать Y гривень протягом наступних N днів. Величина Y і є шукана величина VaR.

Методологія VaR володіє певними безперечними перевагами: вона дозволяє виміряти ризик в термінах можливих втрат, співвіднесених з вірогідністю їх виникнення; дозволяє визначити ризики на різних ринках універсальним чином; дозволяє агрегувати ризики окремих позицій в єдину величину для всього портфеля, враховуючи при цьому інформацію про кількість позицій, волатильності на ринку і період підтримки позицій. Таким чином, VaR – це дійсно універсальний підхід до вимірювання кон'юнктурного ризику.

Для обчислення VaR необхідно визначити ряд базових елементів, що впливають на його величину. В першу чергу цей імовірнісний розподіл ринкових чинників, що безпосередньо впливають на зміни цін вхідних в портфель активів. Зрозуміло, що для його побудови необхідна деяка статистика по поведінці кожного з цих активів в часі. Якщо припустити, що логарифми змін цін активів підкоряються нормальному гауссовському закону розподілу з нульовим середнім, то досить оцінити тільки волатильність (тобто стандартне відхилення). Проте на реальному ринку припущення про нормальність розподілу, як правило, не виконується. Після завдання розподілу ринкових чинників необхідно вибрати довірчий рівень, тобто вірогідність, з якою наші втрати не повинні перевищувати VaR. Потім треба визначити період підтримки позиції, на якій оцінюються втрати.

Якщо в портфелі містяться складні інструменти, треба вибрати функцію їх ціноутворення залежно від параметрів ринку. Нарешті, необхідно визначити кореляційні зв'язки між різними ринковими чинниками.

Приклад, що пояснює поняття VaR, наведений на рис. 1.5. Крива на малюнку задає розподіл вірогідності прибутків і втрат для заданих портфеля і періоду підтримки позицій. Заштрихована світлим область відповідає вибраному довірчому рівню (97,5%) в тому сенсі, що її площа складає 97,5%

від загальної площі під кривою. VaR є величиною можливих втрат, що відповідають заданому довірчому рівню.

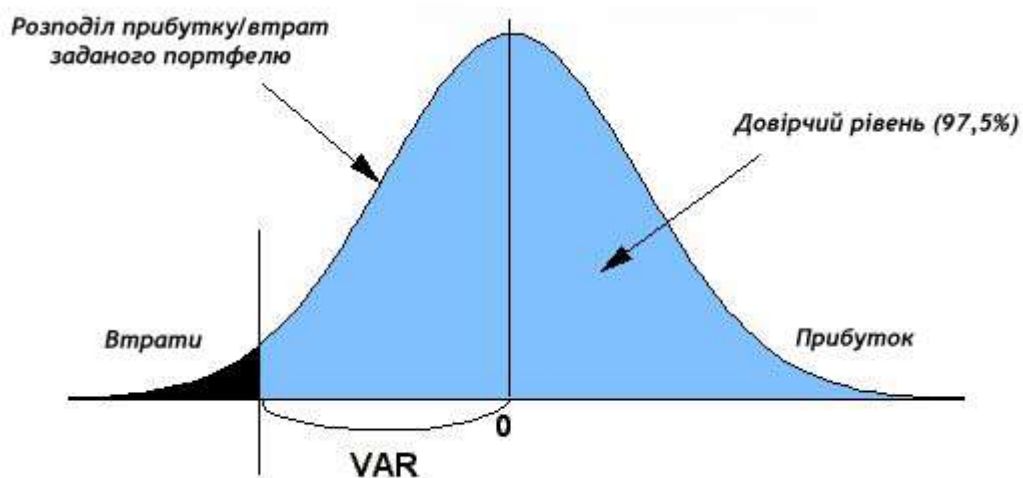


Рис. 1.5. Крива розподілу вірогідності прибутків і втрат

Отже, після того, як позначені всі базові елементи, можна звернутися безпосередньо до обчислення Value-at-Risk. Існують три основні методи обчислення VaR: аналітичний (інакше званий методом варіації-коваріації), історичне моделювання і статистичне моделювання (метод Монте-Карло).

Аналітичний метод вимагає тільки оцінки параметрів розподілу ринкових чинників при явному припущенні про його *нормальність*. Оцінивши деяким чином стандартні відхилення логарифмів змін цін для кожного з вхідних в товарний портфель товарів (активів), обчислюємо VaR для них шляхом множення стандартних відхилень на відповідний довірчому рівню коефіцієнт (наприклад, для рівня 97,5% він дорівнює 1,96). Повне обчислення VaR портфелю вимагає знання кореляційних зв'язків між активами. Аналітичний метод простий в реалізації і дозволяє швидко (можливо, навіть в режимі реального часу) обчислювати VaR практично на будь-яких комп'ютерах. Проте йому притаманні певні істотні недоліки. Зокрема, доводиться спиратися на вельми сумнівну гіпотезу про стаціонарний нормальний розподіл, що робить метод мало придатним для сучасних українських умов.

Метод історичного моделювання є непараметричним і заснований на відносно зрозумілому припущенні про стаціонарність ринку в найближчому майбутньому. Вибирається період часу (наприклад, 100 торгових днів), за який відстежуються відносні зміни цін всіх вхідних в сьогоднішній портфель товарів або фінансових активів. Потім для кожної з цих змін обчислюється, наскільки змінилася б ціна сьогоднішнього портфеля, після чого одержані 100 чисел сортуються по убаванню. Узате із зворотним знаком число, відповідне обраному довірчому рівню (наприклад, для рівня 99% необхідно узати число з номером 99), і буде VaR портфеля. Цей метод має безумовні переваги - він не вимагає серйозних спрощуючих припущень і здатний помічати достатньо неординарні події на ринку. Є, проте, і недоліки, найбільш істотний з яких - виняткова нестійкість по відношенню до вибору передісторії.

Метод статистичного моделювання заснований на моделюванні випадкових процесів із заданими характеристиками. На відміну від історичного моделювання в методі Монте-Карло зміни цін товарів генеруються псевдовипадковим чином відповідно до заданих параметрів. Імітований розподіл може бути у принципі будь-яким, а число сценаріїв досить великим (до декількох десятків тисяч). Метод Монте-Карло відрізняється високою точністю і придатний практично для будь-яких портфелів на будь-яких ринках, але його застосування вимагає певної математичної підготовки фахівців і достатніх комп'ютерних ресурсів.

Взагалі кажучи, складно рекомендувати один з методів обчислення VaR. Вибираючи, якому з них віддати перевагу, необхідно враховувати макроекономічну ситуацію, а також цілі і завдання конкретної організації.

Застосування методології VaR дозволяє в цілому вирішити завдання вимірювання кон'юнктурного ризику. Але крім того, що кон'юнктурний ризик необхідно правильно виміряти, не менш важливою є проблема управління ним.

В основі управління кон'юнктурним ризиком лежать цілеспрямований

пошук і організація роботи по зниженню ступеня ризику, мистецтво отримання і збільшення доходу (виграшу, прибутку) в невизначеній господарській ситуації, обумовленій кон'юнктурними зрушеннями в економіці. Кінцева мета ризику відповідає цільовій функції підприємництва. Вона полягає в отриманні найбільшого прибутку при оптимальному, прийнятному для підприємця співвідношенні прибутку і ризику.

Процес управління кожним ризику потребує комплексного підходу. Він повинен складатися з наступних етапів:

1. Перш за все необхідно розробити стратегію управління ризиком. Як можна управляти ризиком, не знаючи, чого ми хочемо цим управлінням добитися? Загальновідомий принцип по free lunch (безкоштовного обіду не буває) як не можна краще ілюструє це: чим більший дохід, тим більший ризик, пов'язаний з отриманням цього доходу. Необхідно чітко сформулювати "апетит на ризик" і будувати політику управління ризиком на підставі цього.

2. Після визначення стратегії управління ризиком необхідно виявити властиві конкретній організації ризику і розробити підходи для їх кількісної оцінки: які методи повинні використовуватися, на яких даних ґрунтуватимуться розрахунки і т. ін. Отримання надійної інформації грає головну роль, оскільки воно дозволяє ухвалити конкретне рішення по діях в умовах ризику.

Інформаційне забезпечення рішень щодо зниження ризику складається з різного роду і виду інформації: статистичної, економічної, комерційної, фінансової і т. ін. Ця інформація включає обізнаність про вірогідність тієї або іншої події; наявність і величину попиту на товари, на капітал; фінансову стійкість і платоспроможність своїх клієнтів, конкурентів; ціни, і т. ін.

Величезне значення має вибір програмного забезпечення для розрахунків. Для деяких обчислень цілком досить стандартних пакетів, таких як Excel. Для складніших завдань необхідні спеціалізовані пакети щодо

оцінки ризиків. Особливу увагу необхідно приділити інтеграції систем і даних, необхідних для обчислень.

3. Наступний крок – власне розробка процедур по управлінню ризиком. Управління ризиками, яке часто приймають за "основну науку", - це всього лише один з етапів описуваного процесу, нехай навіть один з найбільш важливих. В світі існує безліч методів по управлінню ризиками: це і робота по передоплаті, і особливі умови в договорах, і багато що інше.

Необхідно розробити процедури внутрішнього контролю для кожного типу ризику. Це включає як оцінку ефективності управління ризиком, так і контроль дотримання процедур на різних етапах, наприклад перевірку дотримання встановлених лімітів або моніторинг чутливості до ризику.

4. Тепер можна розробити звітні форми для певного типа ризику: кому, що і коли надається. Необхідно також розуміти, ким і які управлінські рішення повинні бути ухвалені на основі одержаної інформації.

5. Потрібно також визначити, хто в організації займається певним ризиком: хто оцінює ризик, хто готує звітність, хто встановлює ліміти, хто їх контролює і т. ін. Тут основну роль грає чітке розмежування відповідальності, а також розділення обов'язків. Наприклад, співробітники, які розраховують ліміти, не повинні бути підлеглими тому ж керівникові організації, що і співробітники, які укладають угоди, адже винагорода цього керівника залежить від доходу, одержаного по операціях, а ліміти обмежують операції і, отже, величину доходу.

6. І нарешті, при розробці програми дії по зниженню ризику необхідно враховувати психологічне сприйняття ризикових рішень. Ухвалення рішень в умовах ризику є психологічним процесом. Тому разом з математичною обґрунтованістю рішень при ухваленні і реалізації ризикових рішень слід враховувати психологічні особливості людини: агресивність, нерішучість, сумніви, самотійність, екстраверсію, інтроверсію і ін.

Таким чином, управління кон'юнктурним ризиком, крім вищезазначеного, повинне включати наступні процедури:

- вимірювання кон'юнктурного ризику для заданого портфеля – набору товарів, фінансових активів (обчислення VaR);
- рішення питання про прийнятність можливих втрат (у розмірі VaR);
- можлива зміна портфеля з метою мінімізації його VaR
- резервування капіталу в розмірі, не меншому VaR для покриття можливих втрат.

Впровадження цього процесу є складним завданням, але пройшовши цей шлях, підприємство може забезпечити собі умови для побудови ефективної системи господарювання, уникнути зайвих втрат, пов'язаних з ризиком.

Варто підкреслити, що управління кон'юнктурним ризиком не вичерпується наведеними вище процедурами. Зокрема, ризик-менеджер зобов'язаний звертати увагу на коректність вибраної їм моделі ринку, на репрезентативність використовуваних даних і правильність статистичних гіпотез. Тому при управлінні кон'юнктурним ризиком дуже корисним представляється також апостеріорний аналіз. Наприклад, обчисливши VaR для заданого портфеля, необхідно потім прослідкувати, чи дійсно перевищення втрат над цим VaR відбувається лише в заданому малому відсотку випадків. Невідповідність фактичного відсотка перевищень теоретичному повинно наводити на думку про корекцію моделі та/чи процедур обчислення VaR.

При управлінні кон'юнктурним ризиком не варто також забувати, що хоча межі застосування VaR вельми широкі (наприклад, в даний час є розробки по впровадженню концепції VaR в процес вимірювання кредитного ризику), воно не є панацеєю від всіх бід. Зокрема, застосування VaR обмежене при обліку рідкісних, але вельми небезпечних подій. У таких випадках разом з VaR варто застосовувати і інші методи.

РОЗДІЛ 2.

МЕТОДИКА КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

2.1. Система кон'юнктурних показників

Дослідження кон'юнктури здійснюється за допомогою комплексу економічних показників, які дозволяють, по-перше, дати кількісну характеристику якісним змінам процесу відтворення, а, по-друге, визначити напрямки й тенденції розвитку кон'юнктури, тобто скласти прогноз. Значення цих показників для характеристики стану і перспектив розвитку кон'юнктури дуже не рівнозначне.

Більшість основних економічних показників сфери відтворення і дослідження кон'юнктури можна звести у групи, що характеризують певні сторони (особливості) становлення і прояву ринкової кон'юнктури.

1. *Стійкість, циклічність і динаміка розвитку:*

- середні показники кон'юнктури;
- варіація кон'юнктури;
- форми кон'юнктурної хвилі;
- динаміка кон'юнктури (темпи зростання, вектори, парламенти і функції тренду)
- моделі сезонності і циклічності розвитку.

2. *Ринкова пропозиція:*

- обсяг, структура і динаміка;
- функціональні можливості;
- еластичність.

3. *Ринковий попит:*

- обсяг, структура і динаміка;
- сегментація і диференціація попиту;

- функціональні можливості попиту (місткість ринку);
- еластичність.

4. Пропорційність ринку:

- пропорційність попиту і пропозиції (обсяги і ціна рівноваги);
- структура ринку (продукція основних виробників, структура споживання, структура товарообігу тощо)
- поділ ринку між основними виробниками, торговими посередниками і торгівлею;
- територіальна структура ринку;
- співвідношення з іншими ринками;
- масштаб ринку, рівень монополізації і конкурентності.

5. Ділова активність і комерційний ризик:

- обсяг, кількість, частота і динаміка угод;
- індекси ділової активності, макроекономічні показники, індекси економічного барометра;
- виробничі (торгові) можливості пропозиції;
- збутові можливості пропозиції (портфель замовлень, його склад і динаміка);
- рівень комерційного ризику (інвестиційний ризик, ризик прийняття рішень, кон'юнктурних коливань, непередбачений ризик)

Запропонована система показників охоплює найголовніші і найбільш застосовані показники, що можуть бути використанні для аналізу найважливіших змін на ринку, і необхідна при визначенні перспектив розвитку кон'юнктури, тобто для упорядкування прогнозу її зміни.

Всі показники кон'юнктури товарного ринку, господарства чи галузі можна представити у вигляді чотирьох груп:

- показники матеріального виробництва, що характеризують пропозицію товару;
- показники попиту на товари;

- показники валютної й кредитно-грошової ситуації, що характеризують як пропозицію, так і попит;
- ціни, як найбільш концентровані показники.

Показники матеріального виробництва, до яких відносяться дані про промислове виробництво товарів (автомобілів, корисних копалин, урожаїв сільськогосподарських культур), можна класифікувати в такий спосіб:

- абсолютні показники (натуральні й вартісні);
- відносні показники (індекси, темпи росту та ін.);
- непрямі показники.

Абсолютні показники. Звичайно в натуральних показниках виміряється виробництво багатьох найважливіших товарів, на характеристики яких практично не впливають досягнення науково-технічного прогресу. Наприклад, випуск металургійної продукції, збір зернових, вироблення електроенергії, видобуток нафти зручно вимірювати відповідно в тоннах, кіловат у годину. У цьому випадку такі показники дають цілком об'єктивну картину стану конкретного ринку.

У тих випадках, коли споживчі властивості готових виробів піддаються швидким змінам під впливами науково-технічного прогресу, використання тільки натуральних показників може давати перекручену картину стану ринків. Наприклад, навряд чи можливо оцінювати кон'юнктуру автомобільних ринків по кількості одиниць продукції, що випускається, якщо не враховувати зростаючу частку малолітражних і частку, що скорочується, крупно - і середньолітражних автомобілів.

З іншого боку, використання вартісних показників виробництва готової продукції також не може вважатися універсальними засобами аналізу кон'юнктури ринку, оскільки такі показники обчислюються в поточних цінах, причому в різних країнах ці ціни можуть бути різними. Тому виникає необхідність внесення в ці показники певних коректив.

Відносні показники. У ряді випадків дані про зміни обсягу виробництва публікуються у вигляді індексів, складених на основі вартісних показників

по галузях або окремих великих секторах економіки. У той же час варто пам'ятати, що можливості аналізу кон'юнктури за допомогою індексів досить обмежені.

Непрямі показники. Коли абсолютні показники не дозволяють оцінити кон'юнктуру або ці показники не доступні, прибігають до непрямих показників. До них можна віднести: обсяг або портфель замовлень, динаміку завантаження виробничих потужностей, обсяг інвестицій і навіть рівень зайнятості у відповідній галузі й т.д. Такі показники доцільно використовувати при аналізі машинобудівної продукції з більшим технологічним циклом, наприклад у суднобудуванні, великому енергомашинобудуванні й т.д.

Показники попиту на товари. Показники попиту на внутрішньому ринку відображають характер споживання на ринку споживчих товарів і містять у собі дані про оптову й роздрібну торгівлю, рух товарних запасів, обсяг внутрішніх перевезень вантажів. На зовнішньому ринку такими показниками попиту виступають валовий імпорт і валовий експорт. Ріст цих показників говорить про ріст попиту на товар, а зниження - про його падіння. Попит на товари можна оцінювати й по таких розрахункових показниках, як місткість (ϵ_p), частка (D_p) і насиченість ринку (H_p).

Місткість ринку означає можливий обсяг попиту або обсяг реалізованого товару по даному рівні цін у певний період часу, звичайно протягом року. місткість національного ринку будь-якого товару за рік розраховують на основі даних внутрішньої й зовнішньої статистики у фізичних одиницях або за вартістю за наступною формулою (2.1):

$$\epsilon_p = T + Z + I + I_n - E - E_n, \quad (2.1)$$

де T - національне виробництво даного товару; Z - залишок товарних запасів на складах підприємств-виготовлювачів у даній країні; I - імпорт; I_n - непрямий імпорт; E - експорт; E_n - непрямий експорт.

Тут непрямий імпорт (експорт) являє собою поставки товару, що використовується в інших більш складних виробках у вигляді комплектуючих

вузлів, деталей, матеріалів. Наприклад, при оцінці місткості ринку електродвигунів потрібно враховувати електродвигуни, установлені у верстатах, машинах і встаткуванні, ввезених або вивезених із країни. Однак облік непрямого імпорту й експорту, а також рух товарних запасів найчастіше виявляється важко враховувати. Тому на практиці облік місткості ринку проводять за спрощеною формулою:

$$\epsilon_p = T + I + E \quad (2.2)$$

Порівняння місткості за ряд років дозволяє судити, як змінюється ситуація на ринку.

Частка ринку (D_p) являє собою частку продажів фірми на ринку й розраховується за наступною формулою (2.3):

$$D_p = P / \epsilon_p * 100, \quad (2.3)$$

де P - обсяг реалізації товарів фірми.

Зниження частки ринку є показником неблагополучного положення фірми і є приводом для проведення ретельного аналізу цієї ситуації.

Насиченість ринку (H_p) – показник, що визначається відношенням кількості споживачів, що вже купили товар (C_t), до загальної кількості споживачів (C):

$$H_p = C_t / C * 100 \quad (2.4)$$

Чим менше значення має цей показник, тим перспективніше ринок для збуту товарів.

Показники валютної й кредитно-грошової ситуації. Для оцінки кон'юнктури ринку на галузевому й національному рівнях важливу роль грають показники валютної й кредитно-грошової ситуації: курси акцій, величина облікового відсотка, кількість банкрутств і т.п.

Курс акцій – це показник, що характеризує рівень цін на акції й дає їхньому власнику право на одержання доходу. Це провідний показник при прогнозуванні кон'юнктури ринку, оскільки він залежить не тільки від розмірів отриманих торік дивідендів, але й від розміру очікуваних доходів у майбутньому. Зміна попиту на акції найбільше ясно показує, як покупці

акцій, вкладники капіталу оцінюють перспективи розвитку кон'юнктури того або іншого ринку. Цей показник не може вважатися абсолютно надійним індикатором змін кон'юнктури, оскільки курси акцій піддаються досить різким коливанням під впливом самих різних факторів – спекуляції на фондовому ринку, зміною політичної ситуації й та. ін.

Звичайно регулюючий вплив держави на кон'юнктуру ринку проявляється через *зміну облікових відсотків*. Підвищення облікового відсотка веде до зниження капіталовкладень у промислову сферу й, в остаточному підсумку, до економічного спаду, і навпаки, зменшення облікового відсотка сприяє збільшенню інвестицій у промисловість, що веде до підвищення зайнятості й росту пропозицій товару на ринку.

Ще один показник валютної й кредитно-грошової ситуації – *кількість банкрутств*. Звичайне функціонування ринкової економіки супроводжується безперервним руйнуванням старих і появою нових підприємств. Сама по собі кількість банкрутств нічого не говорить про стан економіки, якщо вона врівноважується виникненням нових підприємств. Тому показником кон'юнктури може служити істотне перевищення кількості банкрутств над кількістю знову виникаючих підприємств. Цей показник важливий тому, що належить до числа випереджальних і тих, що відбивають початкову фазу кризи.

Ціни. Вони є найважливішим показником кон'юнктури. Ціни можна розділити на дві групи: *абсолютні*, що характеризують рівні й зміни цін у грошовому вираженні на конкретні вироби, і *відносні*, що характеризують зміни цін у часі (індекси). У динаміці цін відображається по суті рух всіх інших показників і факторів, що впливають на них. Вивчення цінових показників – складне завдання, обумовлене специфікою різноманітних ринків, наявністю декількох рядів цінових показників на той самий товар, і не завжди надійною й доступною інформацією про ціни. Тому при аналізі цінових показників варто покладатися на детальне знання товару й ринку,

вивчення всіх наявних на товар ряду цін, облік залежності результатів аналізу від кваліфікації експертів.

При вивченні кон'юнктури ринку ведуться систематичні спостереження за всіма економічними показниками, зміна яких показує зрушення в співвідношенні попиту та пропозиції, а також дозволяє аналізувати причини цих змін. Після переробки інформації складається аналітичний документ, що називається кон'юнктурні огляди.

2.2. Основні методи аналізу економічної кон'юнктури

Під методами аналізу розуміється діалектичний спосіб підходу до вивчення ринкових процесів в їх становленні і розвитку. Характерними особливостями методів аналізу є:

- 1) використання системи показників, що всебічно характеризують ринкову діяльність;
- 2) вивчення причин зміни цих показників;
- 3) виявлення і вимірювання взаємозв'язку між ними в цілях підвищення соціально-економічної ефективності.

До характерних особливостей методів аналізу відносяться виявлення і вимірювання взаємозв'язку і взаємозалежності між показниками, які визначаються об'єктивними умовами виробництва і обігу товарів.

Тільки комплексний аналіз ринкової ситуації, облік всіх взаємозв'язаних чинників, що впливають на її стан і володіння спеціальним аналітичним і математичним апаратом для аналізу і прогнозу ринку, робить можливим успішне функціонування будь-якого підприємства в сучасних умовах.

Згідно з традиційною класифікацією методів, що використовуються в кон'юнктурному аналізі, їх поділяють на три основні групи:

- методи економічного загальносистемного аналізу;

- економіко-математичні методи;
- економіко-статистичні і методи математичної статистики.

Основними методами *загальносистемного аналізу економічної кон'юнктури* є методи порівняння; візуально-графічні методи, балансовий метод та формально-логічні методи.

Методи порівняння засновані на співставленні моментів стану економічної кон'юнктури як за допомогою кількісних так і якісних характеристик. Кількісні порівняння проводяться за допомогою абсолютних та відносних показників динаміки (темтів росту, приросту, дисперсії, середньоквадратичного відхилення). Якісні – використовуються для порівняння більш складних процесів, які не вимірюються кількісно.

Візуально-графічні методи зводяться до побудови таблиць та графіків.

Табличний метод. При зборі інформації в системі, де присутня велика кількість показників, буває дуже складно зорієнтуватися в масиві тексту. Тому дані групуються і записуються в таблиці. Перевагою цього методу є наочність і легкість обробки даних за допомогою математичних методів.

Таблиці служать накопиченню, опрацюванню і зберіганню цифрової інформації. Форму таблиць та їх майбутній зміст слід передбачати заздалегідь, тобто до початку аналізу явищ. Від усіх інших таблиць аналітична, як правило, відрізняється відносно нескладною будовою, компактністю і наочністю. Вона повинна мати не лише основу, а й додаткову для порівняння інформацію (планові та середні показники, дані за минулі періоди), а також проміжні підсумки, відхилення, відсотки.

Графічний метод. Коли необхідно ще більш наочно представити дані, таблиці та цифри, виростають в графіки. При цьому існує нескінченна кількість способів відображення матеріалу. Графіки зручно сприймати і робити на їх основі різні висновки. Так само можна побудувати тренди, використовуючи математичні закономірності. У таблиці побачити і виявити закономірність складніше, ніж при використанні графічного відображення даних.

До *формально-логічних методів* відносять метод експертних оцінок та інші методи теорії масового попиту. До експертних методів відносять також різні рейтингові розрахунки. Сутність рейтингів зводиться до складання впорядкованих списків суб'єктів сукупності, яка аналізується.

До *економіко-математичних методів* вивчення кон'юнктури відносять загально математичні методи розрахунку економічних показників й методи математичного моделювання. При цьому особливу увагу слід приділяти методам оцінки ризиків, фінансових та комерційних розрахунків для кон'юнктурного аналізу.

Основними *економіко-статистичними методами* аналізу економічної кон'юнктури є такі групи методів як, аналіз динаміки кон'юнктури: методи відносних величин, метод середніх величин, індексний метод, метод рядів динаміки, аналіз часових коливань, групування, вибіркоче спостереження; регресійно-кореляційні – регресія та кореляція; експертні.

Найпоширенішими методами залишається аналітичний та статистичний.

Назва аналітичного методу походить від слова аналіз. Аналіз (від др.-грец. Ἀνάλυσις «розкладання, розтину») - операція уявного або реального розчленовування цілого (речі, властивості, процесу або відносини між предметами) на складові елементи, властивості, ознаки. У зв'язку з цим виникає можливість для поглибленого вивчення складу, зв'язків, властивостей предметів та явищ.

Отже, аналітичний метод - це метод, за допомогою якого складне явище, уявно розкладається на окремі, більш прості складові, а потім вивчаються їхні кількісні та якісні сторони, зв'язки та взаємодії.

Сам процес розкладання слід проводити згідно з певними правилами, принципами.

Поділ предметів або явищ має враховувати існуючі закономірності, склад, внутрішні кордони, зв'язки, функції. Це перший принцип аналізу.

Суворе дотримання цього принципу дає змогу відтворити згодом предмет у первісному вигляді.

Послідовне, поетапне відокремлення частин, властивостей від предмета – вимога другого принципу аналізу.

Окремі частини, компоненти цілого відіграють не однакову роль у його функціонуванні. Серед них обов'язково знайдеться один або кілька, які формують сутність предмета, його якісну ознаку. Тому пошук цих найважливіших ланок у предметі обумовлює третій принцип аналізу – принцип основної ланки. Врахування системної побудови предмета або систем формує четвертий принцип аналізу – принцип ієрархії.

П'ятий принцип визначає межі аналізу, ступінь його можливого поглиблення. Кінцева зупинка в дослідженні звичайно пов'язується з найпростішими елементами системи, які при цьому зберігають загальні властивості всієї сукупності. Так, товар є найпростішим елементом економічної системи.

І нарешті, шостий принцип обумовлює вибір форми аналізу. Загальновідомі такі форми аналізу: хімічний, математичний, економічний, спектральний, структурний, психоаналіз.

Статистика є невід'ємною складовою при вивченні практично будь-яких соціально-економічних явищ. Ще Геракл в давні часи помітив «Все тече, все змінюється». І тому неможливо обійтися без статистики, якщо необхідно відобразити дійсність у динаміці. Для цього існує цілий ряд статистичних методів:

- *Математичний метод*. Сюди віднесемо:

* індексний метод, який показує відношення даних поточного періоду до базисного. Завдяки індексному методу, можна побачити зростання або зниження одного показника і перевірити, як він змінювався у порівнянні з іншими за той же період;

* метод екстраполяції, який полягає в простому перенесенні даних попереднього періодів на майбутнє. Він зручний, якщо ситуація стабільна і не передбачає сильних коливань. Наприклад, при визначенні сезонності, як відомо, зміна пір року і поведінка людей завжди повторюється з року в рік, тому можна екстраполювати індекси сезонності з попереднього року на наступний.

* метод побудови трендів, який використовується для прогнозів ситуацій, де спостерігається загальна закономірність (зростання, спад). Тренд (від англ. Trend - тенденція) - загальна тенденція при різноспрямованому русі, виражена загальна спрямованість змін показників будь-якого часового ряду. Тренд - більш складний математичний інструмент, ніж екстраполяція. Щоб побудувати тренд будь-якого показника (функції), обирають інші показники (аргументи), які на нього впливають. Після цього вивчають статистичні дані за кілька періодів. Якщо аргументи і функція взаємодіють (корелюють) один з одним, то можна знайти математичну залежність і записати її у вигляді формули. Після цього при відомому показнику аргументу можна з досить точно спрогнозувати значення функції.

2.3. Методи оцінки інвестиційної привабливості регіону

2.3.1. Метод експертно-рейтингової оцінки

Реалізація державної інвестиційної стратегії розвитку господарського комплексу України обумовлює об'єктивну необхідність визначення інвестиційної привабливості окремих територій. Правильне розміщення окремих підприємств і виробництв може сприяти підвищенню ефективності господарювання та економічному розвитку країни в цілому.

Визначення рейтингу інвестиційної привабливості регіону – дуже складне практичне завдання. Для його вирішення необхідно розробити коректну економіко-математичну модель, яка б урахувала всі критерії, що

істотно впливають на показники рейтингу. Наповнення моделі має здійснюватись на основі об'єктивної інформації.

Найбільш відомими системами оцінок інвестиційного потенціалу території є рейтинги Institutional Investor, Euromoney і BERI (Business Environment Risk Index).

Рейтинг Institutional Investor (оцінка платоспроможності позичальника) складається двічі на рік експертами ста головних міжнародних банків на основі комплексного показника, що включає платоспроможність та інвестиційну привабливість.

Рейтинг Euromoney враховує ринкові (40%), кредитні (20%) і політико-економічні (40%) індикатори.

Рейтинг BERI складається на основі врахування рівня політичної стабільності в країні, ставлення до іноземних інвесторів, рівня девальвації, платіжного балансу, ступеня націоналізації, рівня бюрократизації, можливості реалізації контрактів, рівня заробітної плати, продуктивності і умов праці, ступеня розвиненості інфраструктури.

У науково-методичній літературі пропонується декілька варіантів розрахунку рейтингових оцінок. На методичному рівні істотних відмінностей такі оцінки не мають. Головна їх відмінність полягає в наборі показників, прийнятих за базу розрахунку рейтингу, і в методиках проведення розрахунків.

Одна з перших рейтингових оцінок інвестиційної привабливості регіонів України була виконана під керівництвом І. Бланка на підставі статистичних даних 1992-1993 рр. При ранжуванні областей України враховувалось п'ять синтетичних показників: рівень загальноекономічного розвитку регіону; рівень розвитку інвестиційної інфраструктури; демографічна характеристика; рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури; рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків. Синтетичні показники оцінювалися за сукупністю аналітичних показників. Кількісна оцінка синтетичного показника була отримана шляхом

підсумовування рангових значень відповідних аналітичних показників (у системі регіонів).

Під час оцінки рівня загальноекономічного розвитку регіону використовувалися такі аналітичні показники: питома вага регіону у ВВП і ВНП; обсяг випуску промислової продукції на душу населення; рівень самозабезпечення основними продуктами харчування; середній рівень заробітної плати; обсяг і динаміка капітальних вкладень у розрахунку на одного жителя; кількість підприємств усіх форм власності; питома вага збиткових підприємств у загальній кількості функціонуючих.

Рівень розвитку інвестиційної інфраструктури регіону оцінювався за такими показниками: кількість підрядних будівельних компаній усіх форм власності; обсяги місцевого виробництва основних видів будівельних матеріалів; виробництво енергетичних ресурсів на душу населення; густота залізничних шляхів у розрахунку на 100 кв. км території; густота автомобільних шляхів із твердим покриттям на 100 кв. км території.

Оцінюючи демографічну характеристику регіону, брали до уваги питому вагу населення регіону в загальній чисельності жителів країни; співвідношення міського і сільського населення; питому вагу населення, зайнятого в суспільному виробництві на підприємствах усіх форм власності; рівень кваліфікації робітників, зайнятих у суспільному виробництві.

Для оцінки рівня розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури регіону використовували такі показники: питома вага приватизованих підприємств у загальній кількості підприємств комунальної власності; питома вага підприємств недержавних форм власності в загальній кількості виробничих підприємств регіону; чисельність спільних компаній із закордонними партнерами; чисельність банків (включаючи філії) на території регіону; чисельність страхових компаній (і їхніх представництв) на території регіону; чисельність товарних бірж на території регіону.

У той же час слід зазначити, що в Україні умови здійснення інвестиційної діяльності істотно відрізняються від тих, що є в повноцінній

ринковій економіці. У зв'язку з цим в Україні застосування загально визнаних методик оцінки інвестиційної привабливості регіонів має обмежені можливості. З цих причин ведеться активний пошук таких методичних підходів до вирішення проблеми оцінки інвестиційного клімату, які б повною мірою враховували специфіку вітчизняних умов інвестування. Здобули певне практичне визнання методики визначення рейтингу інвестиційної привабливості території, розроблені в консалтинговому агентстві «Експерт-РА», рейтинговому агентстві «Експерт-географія» – Росія, ІТЕМ-ІНВЕСТ – Україна. Проте згадані методики не враховують динамічного характеру економічних процесів у цілому і чинників інвестиційної діяльності зокрема. До того ж російські методики орієнтовані на пріоритетність видобувних регіонів і регіонів, що займаються первинною переробкою сировини.

Наведені в науковій літературі методологічні підходи до ранжирування територій відрізняються переважно «набором» оцінних показників, хоча перелік груп цих показників є практично однаковим. Водночас варто констатувати той факт, що існує принаймні два чинники, які обумовлюють потребу в розробці адаптованих моделей оцінки інвестиційної привабливості регіонів.

По-перше, у процесі формування інтегральної оцінки рівня інвестиційної привабливості територій необхідно враховувати пріоритетність тих або інших груп показників у межах бази оцінки. Іншими словами, потрібно брати до уваги те, що одні чинники інвестиційної привабливості в межах сукупності об'єктів порівняння є більш вагомими, ніж інші, вплив яких на рішення інвестора є незначним.

По-друге, навіть у межах однієї й тієї ж сукупності об'єктів порівняння (у даному випадку – регіонів, адміністративно-територіальних одиниць) згадані пріоритети можуть істотно змінюватися з часом.

По-третє, необхідно враховувати не тільки досягнутий рівень того чи іншого показника, але й тенденції його зміни та темпи цих змін – потрібно враховувати динамічний характер чинників інвестиційного клімату. У зв'язку

з цим необхідна гнучка система визначення рівня інвестиційної привабливості регіонів, яка б враховувала вищезазначені чинники. Така система може бути побудована на основі методів експертних оцінок.

Послідовність визначення рівня (рейтингу) інвестиційної привабливості регіону:

1. Визначаються чинники (критерії) оцінки інвестиційної привабливості.
2. Визначаються пріоритети (рейтинг) окремих чинників щодо загальної інвестиційної привабливості.
3. По кожному з чинників визначається система показників, які характеризують окремі аспекти дії цих чинників.
4. Визначаються пріоритети (рейтинг) окремих показників у кожній з груп.
5. По кожному з показників здійснюється оцінка досліджуваних регіонів (наприклад, адміністративно-територіальних одиниць).
6. Отримана оцінка коригується з урахуванням динаміки і тенденцій зміни показників.
7. На основі показників і з урахуванням рейтингових значень кожного показника і кожного чинника розраховується інтегральна оцінка інвестиційної привабливості.

У формалізованому вигляді ця процедура може бути представлена таким чином. Нехай для оцінки інвестиційної привабливості обрано N регіонів. Оцінка інвестиційної привабливості a_{ij} того або іншого району коливається в межах $1 \leq a_{ij} \leq N$. Чим вищою буде рейтингова оцінка a_{ij} району за показником i , тим більш близьким буде значення a_{ij} до N . Наприклад, якщо оцінюється 25 територій ($N = 25$) за певним показником i , то оцінка (рейтинг) у балах для території з найбільшим значенням складатиме 25, а для регіону з найнижчим значенням – 1.

Крім рейтингу регіону за i -м показником, необхідно враховувати й динаміку цього показника, тобто тенденцію і темпи його зміни в кожному регіоні. Для цього розраховується середній темп росту або зниження

показника в кожному регіоні і після перемножування рейтингу a_{ij} , цього регіону за даним показником на темпи його росту (зниження) визначається скоригований динамічний рейтинг регіону і-м показником.

Проте кожний і-й показник, що характеризує той чи інший аспект одного з чинників інвестиційної привабливості території, має більшу або меншу значимість. Тому необхідно оцінити значимість (рейтинг пріоритетності) і-го показника в загальній системі показників, що характеризують той чи інший чинник. Така оцінка здійснюється експертним методом.

Нехай у системі є I показників. Експерти визначають значимість показників за шкалою від 1 до I . При цьому кожний експерт визначає пріоритетність (значимість) кожного показника за зростаючою шкалою. Якщо, на думку експерта, показник має найбільшу значимість - він одержує оцінку I , якщо найменшу значимість – оцінку 1. Якщо два (чи більше) показники, на думку експерта, мають однакову значимість, вони оцінюються за середнім значенням. Наприклад, є чотири показники. Отже, їх значимість коливається від 1 до 4. Експерт визначив найбільш та найменш значимі показники й оцінив їх пріоритетність відповідно в чотири та один бал. Інші два показники, на його думку, мають однакову значимість. Тому їх оцінка складає $(2+3)/2 = 2,5$ бали для кожного. Загальна оцінка пріоритетності для кожного з показників визначається як середня арифметична. Аналогічно визначаються коефіцієнти пріоритетності за чинниками інвестиційної привабливості. Наприклад, одна з груп показників характеризує інвестиційні ризики, друга – розвиток інфраструктури, третя – ресурсне забезпечення інвестиційних процесів і т.д.

Рейтинг інвестиційної привабливості регіону визначається за формулою:

$$R = \sum a_{ijn} d_{in} K_{ij}^{nn} K_j^{ng} \alpha_j. \quad (2.5)$$

де

a_{ijn} – рейтинг n -го регіону за i -м показником в j -й групі показників;

α_j – коефіцієнт, що враховує розбіжності в кількості показників у різних групах; він розраховується як:

$$\alpha_j = \frac{V_{\max}}{V_j}. \quad (2.6)$$

V_j – кількість показників у j -й групі показників;

V_{\max} – кількість показників у найбільш чисельній групі.

d_{ni} – показник динаміки i -го показника в n -му регіоні, розраховується як середній темп росту показника за відповідний період:

$$d_{in} = \frac{1}{p} \sum_{t=1}^T \frac{S_t^i}{S_{t-1}^i}, \quad (2.7)$$

p - кількість періодів;

S_{t-1}^i, S_t^i – значення n -го показника відповідно на початок і на кінець періоду.

K_{ij}^{nn} – коефіцієнт пріоритетності i -го показника в u -й групі показників;

$$K_{ij}^{nn} = \frac{\sum_{e=1}^E F_{ije}}{E}, \quad (2.8)$$

F_{ije} – оцінка експертом e -пріоритетності i -го показника в j -й групі показників;

E – кількість експертів.

K_j^{ng} – коефіцієнт пріоритетності j -ої групи показників у загальній оцінці інвестиційної привабливості території:

$$K_j^{ng} = \frac{\sum_{e=1}^E L_{je}}{E} \quad (2.9)$$

L_{je} – оцінка експертом e -пріоритетності j -ї групи показників.

Використання запропонованого підходу до визначення інвестиційної привабливості регіону дає в цілому достатньо об'єктивну рейтингову оцінку.

Проте при цьому варто враховувати такі застереження.

По-перше, кількість показників у різних групах має бути співвідною. Розбіжність не повинна бути більшою ніж у 1,3-1,5 рази.

По-друге, запропонований підхід не враховує можливої значної розбіжності в значеннях показників, які в межах однієї групи займають сусідні рейтингові позиції. Наприклад, якщо визначається рейтинг районів області (усього, наприклад, 25 районів) за показниками «Обсяг іноземних інвестицій», то розбіжності між сусідніми за рейтингом районами будуть істотними. Це обумовлює необхідність ретельного добору систем показників для характеристики тих чи інших чинників інвестиційної привабливості регіонів. Принципова відмінність підходу полягає, насамперед, у застосуванні показників динаміки, що відображають тенденції зміни відповідних економічних процесів у часі, і є не менш важливими, ніж їх статична характеристика.

Існує також оцінка інвестиційної привабливості регіонів на основі показника «дистанції віддалення від еталону».

Методи оцінки інвестиційної привабливості регіонів, побудовані на експертних підходах, розроблені для стабільних інвестиційних ринків, що функціонують у країнах із розвиненою інвестиційною інфраструктурою, сталою кредитно-фінансовою, податковою і правовою системами. В умовах України інвестиційна діяльність певним чином відрізняється від країн зі сформованою інвестиційною інфраструктурою. Унаслідок цього застосування досить поширених у світовій економічній практиці експертних методів оцінки інвестиційної привабливості регіонів у вітчизняних умовах має обмежені можливості.

Насамперед, категорія «інвестиційна привабливість регіону» є настільки складною, що виміряти її безпосередньо за допомогою конкретних економічних показників навряд чи можливо. Завдання ускладнюється ще й тим, що потрібно не просто визначити поточне значення інвестиційної привабливості, але й оцінити її динаміку. В іншому разі оцінки будуть мало придатними для прийняття практичних рішень.

Більш логічним напрямком розвитку методів оцінки інвестиційної привабливості регіонів є застосування принципу розрахунку «дистанції віддалення від еталону». У даному випадку під еталоном слід розуміти рівень інвестиційної привабливості регіонів-лідерів. З економічного погляду така привабливість має бути формалізована в деякому узагальненому показнику ефективності віддачі на вкладений капітал.

Попередньо перед оцінкою інвестиційної привабливості регіону пропонується зробити такі процедури.

Перше. З побудованих для різних регіонів динамічних рядів ІЕП вибирається еталонний. За еталон може бути прийнятий ряд, що відповідає регіону-лідеру, або еталон може бути сконструйований штучно як середнє значення показників для групи регіонів-лідерів. Якщо, наприклад, є p регіонів, визнаних лідерами, і значення ІЕП для кожного з них відповідно $g_1(t), \dots, g_r(t)$, де i — інтервал часу, то еталонне значення $f(t)$ ІЕП визначається як:

$$f(t) = \frac{1}{r} \sum_{i=1}^r g_i(t) \quad (2.10)$$

У кожному конкретному випадку спосіб визначення еталону вибирається незалежно від моделі, виходячи зі змістовних міркувань.

Друге. На підставі отриманих динамічних рядів окреслюються функції регресії для кожного регіону і для еталону. Функції регресії згладжують статистично визначені значення динамічних рядів ІЕП і дозволяють прогнозувати тенденцію їх зміни.

Третє. На підставі характеристик кожного з рівнянь регресії і виду функцій вирішується питання про можливість застосування моделі. Функції регресії повинні мати високий рівень статистичної достовірності (інакше неможливо говорити про тенденцію в зміні ІЕП), а також належати до одного типу і змінюватися відповідно до логічно обґрунтованої гіпотези про динаміку показника.

Метод оцінки інвестиційної привабливості регіонів на підставі показника «дистанції віддалення від еталону» не слід розглядати як універсальний. Він доповнює існуючі експертно-рейтингові методи і в умовах інвестиційного ринку, що формується, дозволяє більш точно (на підставі об'єктивних показників) вирішити складну проблему оцінки інвестиційної привабливості регіонів. Оцінка інвестиційної привабливості, у свою чергу, не повинна розглядатися як самоціль. Даний показник навряд чи може претендувати на самодостатність. Його основна спрямованість полягає в тому, аби дати інвестору загальне уявлення про ефективність капіталовкладень у тому чи іншому регіоні, дати характеристику інтенсивності формування фінансових потоків і відомості про можливості їх розширеного реінвестування.

2.3.2. Метод інтегральної оцінки

Показники, які застосовуються при дослідженні інвестиційної привабливості окремого регіону, як правило, різні, і кожен з них має самостійне значення. З метою інтегральної оцінки ці показники необхідно стандартизувати. При стандартизації за допомогою відносних величин базою порівняння може бути або еталонне значення (норма, стандарт) або середнє значення показника за сукупністю:

$$p_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j} \text{ або } p_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{i,st}}, \quad (2.11)$$

де x_{ij} - значення i -го показника у j -го елемента сукупності;

$x_{i,st}$ — еталонне значення цього показника; x_i - середнє за сукупністю.

Серед показників системи прийнято виділяти стимулятори та дестимулятори. Показники-стимулятори свідчать про покращення рівня i -го показника при його зростанні (при $p_{ij} > 1$), дестимулятори – при його зниженні (при $p_{ij} < 1$). Щоб привести показники обох груп до однозначної

характеристики, для дестимуляторів P_{ij} обчислюється та використовується в розрахунках обернена величина.

Тоді інтегральну оцінку інвестиційної привабливості регіону дає багатомірна середня, що обчислюється за формулою:

$$\overline{p_j} = \frac{1}{m} \sum p_{ij}. \quad (2.12)$$

Якщо показники системи є нерівновагомими, кожному з них надається певна вага d_i , а розрахунок багатовимірної середньої ведеться за формулою середньої арифметичної зваженої:

$$\overline{p_j} = \frac{\sum p_{ij} \cdot d_i}{\sum d_i}. \quad (2.13)$$

При $\overline{p_j} > 1$ рівень інвестиційної привабливості регіону вищий за середній у сукупності або за нормативний; при $\overline{p_j} < 1$, навпаки, нижчий.

Важливе місце для оцінки інвестиційної привабливості регіонів має аналіз їхньої інвестиційної активності, а також вивчення динаміки існуючих інвестицій та ефективності їхнього використання.

Для характеристики інвестиційної активності окремих регіонів може бути застосована така група показників:

- загальний обсяг реальних інвестицій;
- темп зміни обсягу інвестицій;
- обсяг інвестицій на душу населення;
- обсяг інвестицій на одиницю створеного валового продукту;
- співвідношення між вітчизняними та іноземними інвестиціями;
- капіталовіддача.

З метою детального аналізу процесу інвестування в регіонах розраховують динаміку цих показників і порівнюють їх за окремими регіонами.

Вивчаючи динаміку інвестицій, статистика застосовує систему показників:

- 1) абсолютні та відносні характеристики динаміки;

- 2) узагальнюючі характеристики інтенсивності динаміки;
- 3) прискорення/уповільнення динаміки;
- 4) коефіцієнт випередження (для порівняльного аналізу інтенсивності динаміки паралельних динамічних рядів).

Характеристику тенденції основного напрямку розвитку дають за допомогою трендових рівнянь. Вибір функціонального виду тренду залежить від характеру динаміки інвестицій. За відносно стабільних абсолютних приростів використовують лінійний тренд $Y(t) = a + bt$, а за стабільних темпів приросту – показникову функцію $Y(t) = ab^t$ тощо.

Відповідно, параметр «b» у лінійній функції характеризує середній абсолютний приріст, а у показниковій функції – середній темп зростання. Розраховуються параметри трендових рівнянь методом найменших квадратів, при цьому нелінійні функції приводять до лінійного виду, наприклад, логарифмуванням. Якщо тренд має достатньо сталий характер, то дані про нього можна використовувати для прогнозування.

Для забезпечення економічних процесів, в основі яких лежить інвестиційна діяльність, важливою та необхідною умовою досягнення економічних і соціальних цілей суспільства виступає ефективність інвестиційної діяльності. Під ефективністю розуміють співвідношення одержаного результату до витрат.

Для характеристики ефективності реальних інвестицій на макrorівні може бути застосований коефіцієнт еластичності (K_{el}) як співвідношення темпу приросту валового внутрішнього продукту (Δy) до темпу приросту реальних інвестицій (Δx):

$$K_{el} = \frac{\Delta y}{\Delta x}. \quad (2.14)$$

Коефіцієнт еластичності показує на скільки відсотків змінюється валовий внутрішній продукт при зміні реальних інвестицій на 1%. Порівнюючи коефіцієнти еластичності окремих галузей, регіонів або в

динаміці, можна дати характеристику, де або коли діють ефективніше реальні інвестиції.

На регіональному рівні рішення про доцільність та раціональність вкладання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів також повинно базуватися на аналізі ефективності інвестування, яка, в свою чергу, характеризується діяльністю суб'єктів інвестування і розглядається як віддача на інвестований капітал.

Тому для оцінки ефективності використання інвестицій статистика, паралельно з вивченням вкладання інвестицій, аналізує введення в дію виробничих потужностей. Показником освоєння інвестицій може бути капіталовіддача (КВ), яка характеризує обсяг введених у дію основних засобів (ОЗ) на одиницю вкладеного капіталу (І) та розраховується за формулою:

$$KB = OZ / I \quad (2.15)$$

Для вивчення динаміки капіталовіддачі інвестування і визначення впливу окремих факторів на зміну середньої капіталовіддачі може бути використаний індексний метод (індекси середніх величин):

1) *Індекс змінного складу* характеризує динаміку середньої капіталовіддачі (КВ) і розраховується за формулою:

$$I \frac{3C}{KB} = \overline{KB_1} \div \overline{KB_0} = \frac{\sum KB_1 I_1}{\sum I_1} \div \frac{\sum KB_0 I_0}{\sum I_0}. \quad (2.16)$$

де KB_0 , KB_1 — капіталовіддача відповідно в базовому і поточному періодах; I_0 , I_1 — обсяг інвестицій відповідно в базовому і поточному періодах.

2) *Індекс фіксованого складу* характеризує зміну середньої капіталовіддачі за рахунок зміни капіталовіддачі окремих підприємств або галузей і розраховується за формулою:

$$I \frac{\Phi C}{KB} = \frac{\sum KB_1 I_1}{\sum I_1} \div \frac{\sum KB_0 I_1}{\sum I_1}. \quad (2.17)$$

3) *Індекс структурних зрушень* характеризує зміну середньої капіталовіддачі за рахунок змін в структурі інвестованого капіталу за окремими галузями і розраховується за формулою:

$$I \frac{CЗ}{KB} = \frac{\sum KB_0 I_1}{\sum I_1} \div \frac{\sum KB_0 I_0}{\sum I_0}. \quad (2.18)$$

Аналіз зміни обсягів введених у дію основних засобів за рахунок окремих факторів можна отримати використовуючи метод ланцюгових підставлень:

$$\Delta OЗ_{\text{заг}} = OЗ_1 - OЗ_0 = \Delta OЗ(KB) + \Delta OЗ(I); \quad (2.19)$$

$$\Delta OЗ(KB) = (KB_1 - KB_0) * I_1; \quad (2.20)$$

$$\Delta OЗ(I) = (I_1 - I_0) * KB_0. \quad (2.21)$$

За відсутності прямих даних можна скористатись індексами відповідних показників і отримати відносну зміну обсягів введених в дію основних засобів.

Позитивний приріст обсягів введення в дію основних засобів за рахунок збільшення капіталовіддачі інвестованого капіталу характеризуватиме інтенсивний напрямок розвитку виробництва. За наявності кількох альтернативних варіантів інвестування різних галузей в регіоні може бути застосований показник капіталоемності продукції (КЄ). Цей показник характеризує обсяг інвестицій (I) на одиницю валового внутрішнього продукту і дає змогу виділити галузі більш і менш капіталоемні. Вкладення капіталу в менш капіталоемні галузі дозволить отримати більший ефект.

Також для вибору з альтернативних варіантів вкладання капіталу можна застосовувати показник приведених витрат (ПВ):

$$ПВ = В + К * I, \quad (2.22)$$

де В – поточні витрати;

К – нормативний коефіцієнт ефективності для окремих регіонів, галузей або видів виробництва; I - реальні інвестиції.

Найефективнішим буде той варіант вкладання інвестицій, в якому приведені витрати є мінімальними.

Важливе місце в регіональному аналізі посідає оцінка нерівномірності розподілу інвестицій, яку можна отримати за допомогою коефіцієнтів локалізації та концентрації. Крім того, для характеристики збалансованості попиту та пропозиції, на ринку інвестицій також можна використовувати коефіцієнт еластичності, що обчислюється як співвідношення темпу приросту попиту до темпу приросту пропозиції. Цей коефіцієнт покаже на скільки відсотків зміниться попит на інвестиції при зміні пропозиції їх на один відсоток.

Залучення інвестицій є сучасною і дуже ефективною формою суспільного розвитку, комплексного вирішення завдань з вдосконалення ринкової економіки та підвищення добробуту населення. Науково обґрунтована регіональна політика, в основу якої покладено принцип розвитку продуктивних сил регіонів, ефективність використання їхнього природно-ресурсного потенціалу, можливості виробництва конкурентоздатної продукції тощо, повинна базуватись на проведенні попереднього аналізу всіх факторів, які впливають на ефективність інвестування територій. Використання економіко-математичних і статистичних методів для оцінки інвестиційної привабливості регіонів сприятиме обґрунтуванню і прийняттю оптимальних управлінських рішень стосовно залучення інвестицій у регіони.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ КОН'ЮНКТУРИ РІЗНИХ ВИДІВ РИНКІВ:

3.1. Ринок нерухомості в системі ринків

3.1.1 Особливості ринку нерухомості, його учасники, види ринків нерухомості

Ринок нерухомості – це важлива складова будь-якої національної економіки, бо нерухомість – найважливіша частина національного багатства, на яку припадає понад 50% світового багатства [1, С. 64]. Без ринку нерухомості не може бути ринку взагалі, оскільки й ринок праці, і ринок капіталу, і ринок товарів та послуг для свого існування повинні мати або орендувати необхідні їм приміщення.

Ринок нерухомості – це сукупність відносин навколо операцій з об'єктами нерухомості. Сьогодні ринок нерухомості являє собою сферу вкладення капіталу в об'єкти нерухомості і систему економічних відносин, що виникають при операціях із нерухомістю, які проявляються у купівлі-продажі, іпотеці, здачі об'єктів нерухомості у оренду тощо.

В цілому, характеризуючи цей ринок, можна дати наступне визначення: **ринок нерухомості** – це сектор національної ринкової економіки, який являє собою сукупність об'єктів нерухомості, економічних суб'єктів, що оперують на ринку, процесів функціонування ринку, а саме: процесів виробництва (створення), споживання (використання), обміну об'єктів нерухомості та управління ринком, а також механізмів, що забезпечують функціонування ринку (інфраструктури ринку) [2].

Згідно з визначенням, структура ринку нерухомості включає:

- ♦ об'єкти нерухомості;
- ♦ суб'єкти ринку;
- ♦ процеси функціонування ринку;

- ◆ механізми (інфраструктуру) ринку.

До основних функцій ринку нерухомості належать [3]:

1. *Інформаційна.* Ринок нерухомості забезпечує зацікавлених суб'єктів інформацією про поточну кон'юнктуру ринку (структуру попиту та пропозиції, ціноутворення).

2. *Ціноутворююча.* З розвитком ринку цінові диспропорції вирівнюються і створюються умови для “ввімкнення” механізмів вільного ціноутворення на об'єкти нерухомості.

3. *Посередницька.* На ринку нерухомості діють професійні посередники – ріелтори, оцінювачі, страхувальники, іпотечні кредитори та ін.

4. *Інвестиційна.* Ринок є привабливим засобом збереження й збільшення капіталу, сприяє переведенню заощаджень і нагромаджень населення з пасивної форми запасів у реальний капітал, що приносить доход власнику нерухомості.

5. *Регулятивна.* Ринок нерухомості бере активну участь у перерозподілі ресурсів, спрямовуючи зусилля його учасників на дотримання ефективної структури економіки та задоволення громадських інтересів.

6. *Соціальна,* яка проявляється в зростанні трудової активності всього населення, підвищенні інтенсивності праці громадян, які планують стати власниками квартир, земельних ділянок та інших капітальних і престижних об'єктів. Функція сприяє формуванню в суспільстві середнього класу, що є основою стабільності.

7. *Стимулююча,* сутність якої – економічне заохочення прибутком продуктивного використання досягнень науково-технічного прогресу під час створення та використання нерухомого майна.

8. *Сануюча.* Ринок нерухомості дає змогу ліквідувати неконкурентоспроможних і слабких учасників ринку, сприяє банкрутству неефективних господарюючих суб'єктів.

Ринок нерухомості – досить складний та так би мовити унікальний ринок. На відміну від інших видів ринку, окрім специфіки товарів, що

обертаються на ньому, він має ряд загальних особливостей, які необхідно враховувати під час укладення різного роду угод. Основними особливостями ринку нерухомості є такі:

- *локальність ринку* (внаслідок незмінного місця розташування об'єктів);
- *унікальність усіх об'єктів нерухомості* (що обумовлює відмінність у їх цінах);
- *низька ліквідність*. Час перебування товару на ринку формує його економічну властивість – ліквідність. Високоліквідні товари – це товари, що можуть швидко переходити з натурально-речової форми у грошову і навпаки. Якщо перехід товару в грошову форму супроводжується тривалим періодом часу, це означає, що товар є низьколіквідним. На ринку житлової нерухомості в середньому об'єкти експонуються 1 – 1,5 місяців, на ринку комерційної нерухомості терміни експонування досягають 6 місяців і більше [4]. Природно, це свідчить про низьку ліквідність об'єктів нерухомості.
- *невідповідність високої ціни на об'єкти та фінансових можливостей покупців*, що вимагає можливості отримання кредиту в більшості випадків на здійснення угод із нерухомим майном;
- *низька взаємозамінюваність об'єктів*, це обумовлено тим, що попит на об'єкти визначається не стільки споживчими якостями самих об'єктів, скільки їх місцем розташування, станом інфраструктури в районі, де знаходиться об'єкт (наявністю доріг, метрополітену, підприємств торгівлі, побутового обслуговування, місць відпочинку).
- *низька еластичність пропозиції*. Якщо є попит, то збільшити кількість пропозиції швидко – складно, оскільки будинки будуються довго (від декількох місяців до декількох років);
- *необхідність державної реєстрації угод*;
- *вкладення капіталу в нерухомість*: товари на ринку нерухомості є не лише засобом задоволення власних потреб покупця, але й об'єктом їх інвестиційної діяльності.

Окрім перерахованого, для ринку нерухомості характерні ще й такі особливості:

1) Циклічний характер. Цикли в розвитку ринку нерухомості не збігаються в часі з циклами в національній економіці. Спад на ринку нерухомості передує спаду економіки в цілому, і, відповідно, підйом наступає раніше, ніж в економіці. Це означає, що стан ринку нерухомості є своєрідним індикатором тенденцій в економіці: якщо на ринку нерухомості ситуація погіршується, то незабаром настане погіршення ситуації в національній економіці, і навпаки – за поліпшенням ситуації на ринку нерухомості настане підйом у національній економіці.

2) Високий ступінь регулюючого державного впливу. Держава стосовно об'єктів нерухомості як до будь-якого товару не виявляє претензій щодо їх реалізації, але водночас контролює режим використання й порядок реалізації цих об'єктів.

3) Зростання вартості об'єктів нерухомості. Об'єкт нерухомості є одним із товарів, вартість на які не тільки практично завжди стабільна, але й має тенденцію до поступового зростання із часом.

4) Високий рівень трансакційних витрат (у середньому вони складають 5 – 7% від ціни об'єкта) [5].

З огляду на особливості даного виду ринків, ринок нерухомості відрізняється від інших ринків рядом факторів, що ускладнюють його аналіз, серед яких, у першу чергу, слід виділити: складність отримати достовірну інформацію про угоди, про стан на ринку нерухомого майна, з огляду на те, що угоди з нерухомістю часто носять конфіденційний характер; по-друге, це – обмежена кількість аналогічних угод (а іноді невідь відсутність взагалі таких), по-третє, безліч інших факторів, які визначають тенденції на ринку.

Формування ринку нерухомості можна охарактеризувати наступними факторами:

1) макроекономічна нестабільність;

- 2) інфляція;
- 3) нестабільність та недосконалість законодавчої бази відносно ринку нерухомості та операцій із нерухомим майном;
- 4) непрозорість інформаційного простору внаслідок політичної нестабільності, слабого розвитку інфраструктури, низького професійного рівня учасників ринку нерухомості;
- 5) нерівномірний розвиток сегментів ринку нерухомості.

Учасники ринку нерухомості

На ринку нерухомості сформувалися й активно діють різні фізичні і юридичні особи (суб'єкти ринку), що сприяють підвищенню ефективності його функціонування. Залежно від позиції на ринку всіх його учасників можна умовно класифікувати на три групи [6]:

- ❖ **продавці** (орендодавці) – власники об'єктів нерухомості, у тому числі іноземці. Продавцем є будь-яка юридична чи фізична особа, що має право власності на об'єкт нерухомості (домогосподарства, підприємства всіх форм власності, фонди держмайна, органи уповноважені місцевою владою);
- ❖ **покупці** (орендарі) – інвестори, що вкладають власні, позичені чи залучені кошти й забезпечують їх цільове використання. Покупець – головний суб'єкт ринку нерухомості. Ним може бути фізична і юридична особа, а також орган державного управління, які мають право на дану операцію за законом. Саме для покупців і працює вся структура ринку нерухомості;
- ❖ **посередники** – інфраструктури, які організують функціонування ринку відповідно до встановлених у державі норм. Це, у першу чергу, професійні учасники, що обслуговують процеси на ринку нерухомості.

Склад професійних учасників визначається переліком процесів, що відбуваються на ринку за участю держави, та переліком видів діяльності

комерційних структур. Відповідно професійних учасників ринку нерухомості можна поділити на інституціональних та не інституціональних.

Інституціональні учасники представляють інтереси держави й діють від її імені. Сюди відносять організації наступного профілю:

- органи державної реєстрації прав на нерухомість і договорів із нею,
- організації, що регулюють містобудівний розвиток, землевпорядкування й землекористування:
 - ❖ державні та регіональні органи, що займаються інвентаризацією землі, створенням земельного кадастру, зонуванням територій, оформленням земле відведення;
 - ❖ державні і регіональні органи архітектури та містобудування, які затверджують, узгоджують містобудівні плани забудови територій і поселень, створюють містобудівний кадастр, видають дозволи на будівництво;
- органи, що займаються затвердженням й узгодженням архітектурних і будівельних проєктів,
- органи, що проводять інвентаризацію та облік будівель, органи технічної, пожежної інспекції, які здійснюють нагляд за будівництвом та експлуатацією будинків і споруд.

Не інституціональні учасники працюють на комерційній основі. До них належать:

- підприємці, які здійснюють комерційну діяльність на ринку нерухомості відповідно до закону;
- брокери, що роблять послуги продавцям і покупцям при здійсненні право чинів щодо об'єктів нерухомості;
- оцінювачі, що роблять послуги власникам, інвесторам, продавцям і покупцям у незалежній оцінці вартості об'єкта нерухомості;
- фінансисти (банкіри), що фінансують операції на цьому ринку;

- девелопери, що займаються створенням і розвитком об'єктів нерухомості;
- редевелопери, які займаються розвитком та перетворенням (вторинною забудовою) територій;
- проектувальники й будівельники, що працюють на комерційній основі;
- юристи, що займаються юридичним супроводженням на ринку нерухомості;
- страховики, що займаються страхуванням об'єктів, договорів, професійної відповідальності;
- аналітики, які досліджують ринок нерухомості та готують інформацію для прийняття стратегічних рішень щодо його розвитку;
- фінансові аналітики, що займаються фінансовим аналізом інвестиційних проектів;
- фахівці в галузі навчання й підвищення кваліфікації персоналу;
- маркетологи та інші

Відносини між учасниками ринку нерухомості регулюються відповідними державними органами влади та органами місцевого самоврядування, а також різними нормативними документами та законодавчими актами.

Види ринків нерухомості

Ринок нерухомості має складну, розгалужену структуру й диференціювати його можна за різними ознаками.

Виходячи з такої єдності сутності нерухомості як товару, на ринку нерухомості сформувалися та активно діють три сектори [7]:

- розвиток (створення) об'єктів нерухомості;
- управління (експлуатація) об'єктами нерухомості;
- обіг прав на раніше створені об'єкти нерухомості.

Сектор розвитку (створення) нерухомості відповідає за організацію системи розвитку об'єктів нерухомості, розвиток територій і безпосередньо розвиток (створення) об'єктів нерухомості. Основними ознаками цього сектору в перехідний період є: слабка вивченість цього сектору; відсутність якісно відпрацьованих технологій ефективного та економічного будівництва й, отже, довгострокового попиту на будівельне обладнання, матеріали; висока складність пошуку управителя інвестиційним проектом (від укладання договору про наміри до здавання об'єкта нерухомості в експлуатацію).

Сектор управління (експлуатації) нерухомості відстежує ступінь впливу тих чи інших факторів, або інших товарних характеристик об'єктів нерухомості на їх доходність. Саме звідси виходить запит до сектору розвитку на створення найбільш доходних типів об'єктів нерухомості. При недостатній розвиненості сектору управління запит сектору розвитку передається безпосередньо із сектору обігу.

Сектор обігу прав на об'єкти нерухомості формує ринкову ціну на об'єкти нерухомості.

Останнім часом оператори ринку нерухомості почали виділяти окремо ще четвертий сектор – **управління ринком нерухомості**.

На практиці часто ринок нерухомості ділять *за способом здійснення операцій* на первинний і вторинний.

Під **первинним ринком** нерухомості прийнято розуміти сукупність операцій, що здійснюються зі знову створеними, а також приватизованими об'єктами. Він забезпечує передачу об'єктів нерухомості в економічний обіг.

Під **вторинним ринком** нерухомості розуміють сукупність операцій, що здійснюються з уже створеними об'єктами, що перебувають в експлуатації та пов'язані з перепродажем або з іншими формами переходу об'єктів нерухомості від одного власника до іншого.

Первинний і вторинний ринки, виступаючи двома частинами єдиного ринку нерухомості, взаємно впливають один на одного. Наприклад, ціни на

вторинному ринку – це особливий орієнтир, який показує, наскільки рентабельним є нове будівництво при існуючому рівні витрат.

Ринок нерухомості зазнає впливу економічної ситуації в цілому як на національному, так і на регіональному рівнях. Можливості реагування на зміну цієї ситуації на первинному та вторинному ринках нерухомості різні. Наприклад, при зниженні попиту, вторинний ринок нерухомості може досить гнучко реагувати на це зменшенням пропозиції та падінням цін, нижня межа яких визначається трьома факторами: ціною придбання об'єкта, фінансовим становищем продавця й відповідністю рівня його доходів рівневі поточних витрат на утримання нерухомості. Діапазон зниження цін або пропозиції може бути досить широким.

На первинному ринку нерухомості ситуація інша. Нижня межа ціни визначається рівнем витрат на будівництво. Разом із тим тут складніше як зменшити так і збільшити пропозицію. У будівельному процесі задіяний ряд організацій, кожна з яких зацікавлена у використанні своїх потужностей і ресурсів, і припинити будівельний процес миттєво неможливо. Настільки ж неможливо й швидко збільшити пропозицію – процес створення об'єктів нерухомості триває місяці або навіть роки. Пропозиція на первинному ринку є абсолютно нееластичною в короткостроковому періоді. Вторинний ринок є більш інертним через те, що рішення на ньому приймається безліччю осіб, а мотивація продажу більш розмита, ніж на первинному ринку нерухомості, де продаж – це необхідна фаза, що забезпечує повернення вкладених коштів.

Ринок нерухомості можна класифікувати відповідно інших встановлених ознак:

За видом об'єктів нерухомості, основними сегментами ринку нерухомості є ринок землі, ринок житла та ринок не житлових приміщень.

Окремо можна виділити ринок доходної нерухомості, який сегментується за функціональним призначенням об'єктів на: ринок об'єктів офісного, торгового, виробничо-складського призначення.

За видами угод: ринок купівлі-продажу; оренди; іпотеки; речових прав (наприклад, довірче управління) тощо.

За ступенем готовності до експлуатації: ринок незавершеного будівництва; ринок нового будівництва; ринок будівництва, що підлягає реконструкції.

За формою власності: ринки приватних об'єктів нерухомості, ринки державних та комунальних об'єктів нерухомості.

Важливе значення вітчизняного ринку нерухомості як сектору національної економіки підтверджується в першу чергу колосальною вартістю національного багатства, матеріалізованого в нерухомості, з якого майже половина може бути втягнута в ринковий обіг та приносити ренту – власникам, доход – підприємцям, надходження у вигляді податків та зборів – до бюджету; по-друге, високою часткою ринку нерухомості у валовому національному продукті; досягнутим у ряді регіонів та міст високим рівнем надходжень до бюджету від первинного продажу об'єктів, здачі в оренду державної та комунальної нерухомості (зокрема землі); високим рівнем надходжень до бюджету від податків на нерухомість та операцій з нею; великою кількістю робочих місць, створених у ході становлення та розвитку ринку нерухомості.

3.1.2. Аналіз ситуації на ринку комерційної нерухомості

На сьогоднішній день ринок комерційної нерухомості України вважається однією з найпривабливіших інвестиційних сфер. Практично всі сегменти ринку знаходяться у стадії зростання. В даний час ринок нерухомості взагалі і комерційної зокрема, трансформується, збільшується і починає працювати за загальноприйнятими в світовій практиці правилами, методами і підходами. Інвестори переходять від дрібних будівельних проектів до масштабних, коли обсяги передбачуваних інвестицій вже складають не тисячі, а десятки мільйонів доларів, а терміни проекту збільшуються від декількох місяців до кількох років. В той же час, ринки комерційної нерухомості в Центральноєвропейських державах (наприклад, в Угорщині, Чехії, Словенії, Польщі) вже увійшли до стадії насичення і, відповідно, демонструють значно меншу прибутковість, ніж Український ринок, що дозволяє розраховувати на велику прибутковість.

Основними інвесторами все ще є Українські компанії. На другому місці за обсягами інвестицій знаходяться російські компанії, а на третьому іноземні інвестори. Потенціал величезний. Обсяг потенціалу обмежений тільки внутрішніми чинниками. А точніше тим, яку кількість інвестицій зможе переварити наш ринок, забезпечивши такі інвестиції необхідним коефіцієнтом прибутковості. Простіше кажучи, як багато можна побудувати нерухомості, яка зможе бути прибутковою впродовж досить тривалого часу, щоб не тільки окупити витрати на створення, а і забезпечити інвесторові дохід на вкладений капітал.

Український ринок є достатньо перспективним для іноземних інвесторів, що пояснюється певними обставинами. По-перше, в середньому, дохід на інвестиції в комерційну нерухомість складає не менше 15% річних [7], а це значно перевищує показник в країнах-членах Європейського Союзу і сприяє залученню на Український ринок іноземних інвесторів. Але, якщо говорити про ринок комерційної нерухомості Європейського Союзу, на відміну від України, там присутня відносна стабільність. По-друге, високий

показник економічного росту, який за даними Державного комітету статистики України в 2004 році досяг 9,4%, також дає підстави для позитивних прогнозів. І, нарешті, розширення Європейського Союзу і безпосередня близькість території України до його східної межі, поза сумнівом, підвищує інтерес інвесторів та будівельних компаній до створення комерційних, логістичних і дистриб'юторських центрів на території України.

Привабливість сегментів ринку комерційної нерухомості для інвестування можна розглядати у двох напрямках: це короткострокове інвестування і довгострокові інвестиції. Безумовно, в короткострокових проектах інвестування лідирує офісна нерухомість. Проте, вклади в торгіву нерухомість є якнайменше ризикованими у зв'язку з тим, що стабільність в цьому секторі ринку зберігається не перший рік. На сьогоднішній день рівень прибутковості в секторі торгової нерухомості складає не менше 15-17% при інвестиціях в «кінцевий продукт» і не менше 20-25% при проекті «будівництва з нуля» [5].

Кожний з секторів комерційної нерухомості розвивається за своїми правилами і законами. Ринок торгової нерухомості в даний момент знаходиться на стадії зростання свого життєвого циклу. Перша фаза стадії насичення наступила у 2007 року. Торгова нерухомість приваблива для інвесторів, перш за все тим, що для нашої країни це молодий сегмент ринку, що швидко розвивається. Унаслідок його ненасиченості жорстка конкуренція на сьогоднішній день відсутня, а існуючий і прогнозований попит набагато перевищує пропозицію – ринок торгової нерухомості ще не досяг навіть першої фази насичення. Для порівняння, в Києві на одного жителя доводиться 0,1 м² офісних площ і стільки ж торгових площ. У сфері офісної нерухомості багато фахівців протягом декількох років говорять про насичення ринку. Насправді ж, цього не відбувається унаслідок переоцінки будівельними компаніями своєї можливості вчасно доводити проекти до завершення. Все більше національних компаній стають орендаторами, і зараз

співвідношення іноземних орендаторів в порівнянні з українськими складає 60% на 40% за якісною офісною площею [8].

Сьогодні значну частку ринку займають українські компанії, що розвивають власну мережу або торгову марку (ТМ), франшизи, що працюють на умовах, або що представляють зарубіжний бренд. Співвідношення вітчизняних і зарубіжних гравців в тому або іншому ступені мінятиметься, залежно від шляху розвитку ринку.

Що ж до торгової нерухомості, то на Українському ринку на сьогоднішній день переважають іноземні оператори. В Україні недостатньо вітчизняних компаній, здатних каталізувати інтенсивний розвиток ринку торгової нерухомості. А потенціал цього сегменту комерційної нерухомості визначається здатністю орендаторів розвивати власну мережу. Тому могутні кількісні і якісні зміни всього ринку відбуваються саме з приходом великих Європейських мереж ZARA (Іспанія), KarstadtQuelle AG (Німеччина), Kaufhoff і OBI (Німеччина), Carrefour і Auchane (Франція), H&M (Швеція), Dressman (Норвегія), Tatti (Франція). Австрійська компанія Euro-BILLA інвестувала біля \$20 млн. в розвиток мережі супермаркетів західного типу в Україні [1]. А транснаціональна компанія Spar в березні 2006 року планувала відкриття першого Київського супермаркету Spar. Ще в кінці квітня 2005 року Шведська компанія ІКЕА оголосила про намір в 2006 році відкрити в Києві торгово-розважальний центр "Мега" площею 200 тис. кв. м, інвестиції в який складуть близько 350 млн. доларів. А починаючи з 2007 року ІКЕА планувала побудувати декілька подібних центрів в найбільших містах України - Донецьку, Дніпропетровську, Одесі і Харкові [3].

Орендні ставки протягом 2008 року збільшилися в середньому по Україні на 15%. Проте, кон'юнктура на ринку нерухомості тісно пов'язана з галузевою циклічністю в будівельній галузі (цикли Китчена), так і циклами національної економіки (цикли Жугляра). Тому, криза, що вибухнула у 2008-2009 роках, відбилася на кон'юнктурі ринку нерухомості, що розвивається, і

загальмувала її розвиток. Однак, це не відразилось на різкій зміні орендних ставок. Цей сектор економіки постраждав менш, ніж інші.

Проте забудовники вже звернули увагу, що прибутковість інвестування в торгіву нерухомість сьогодні значно нижче, ніж була ще п'ять років тому. І хоча, до насичення ринку торгових приміщень в Україні ще далеко, будівельні компанії і інвестори серйозно міркують про якість проектів. На основі аналізу реалізованих проектів чітко видно, що зниження прибутковості було викликано дуже високим попитом який породив дуже високі ціни і орендні ставки на фоні підвищення вимог до торгової нерухомості. Сьогодні орендарі хочуть бачити не просто будову, об'єкт, а концепцію розвитку проекту з поліпшеною інфраструктурою, з грамотним управлінням, що дозволяє кожному з орендарів максимально комфортно працювати.

Розвиток ринку комерційної нерухомості має регіональний характер. Основною тенденцією регіональних ринків є зростання потреби в якісних торгових площах. За даними Української Торгової Гільдії [2] рейтинг привабливості регіонів для ухвалення рішень про інвестування в об'єкти торгової нерухомості представлено на рис. 3.1.1:

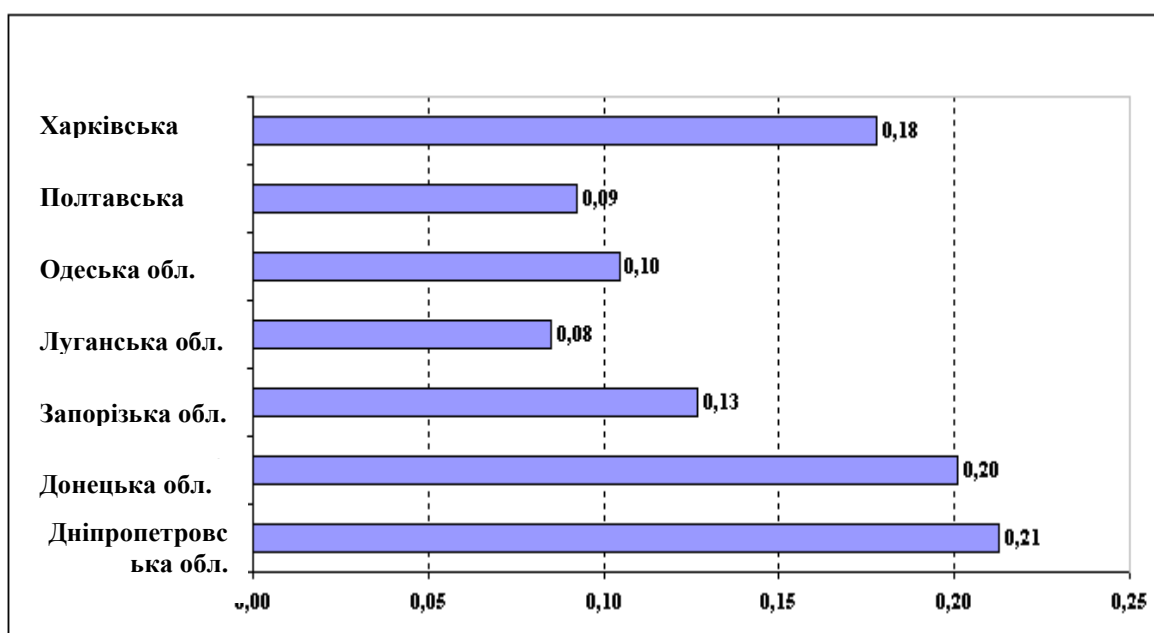


Рис. 3.1.1. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів України

У п'ятірку лідерів з потенційно високою інвестиційною привабливістю на сьогодні входять Дніпропетровська, Донецька, Харківська, Запорізька і Одеська області, де сегментом, що активно розвивається, є ринок торгових приміщень. Дніпропетровськ по кількості проектів у сфері комерційної нерухомості і по темпах реалізації цих проектів скоро, цілком можливо, випередить Київ (в Дніпропетровську активно забудовується не тільки центральна частина міста). Харків поки можна назвати відносно порожнім плацдармом. У Харкові працює тільки один професійний бізнес-центр, а решта всіх проектів створення сучасної офісної нерухомості ще далека від реалізації. У чому Харків, можливо, перевершує Київ, так це рівнем підготовки архітекторів і проєктантів. На жаль, в цьому місті, як і в Києві, можна зіткнутися з дуже великими складнощами при узгодженні проходження проєктної документації в різних органах міської влади.

Останнім часом існувала зворотна послідовність в реалізації проєктів комерційної нерухомості. Першим етапом починалось будівництво об'єкту інвестування, а тільки потім проводився пошук інвестора. Тому і схема руху коштів була спрощеною і інвестор в цій схемі був водночас кінцевим споживачем, а також генпідрядником. Або навпаки – споживач і був інвестором. В рамках цієї схеми ріелтор брав на себе наступні функції:

- консультації забудовника на стадії розробки концепції створення об'єкту;
- участь у формуванні цінової політики;
- повністю брав на себе процес реалізації, замінюючи забудовнику відділ продажу, маркетингу і реклами;
- вів дублюючий архів звітної документації;
- забезпечував процес переходу прав власності на об'єкт до інвестора – покупцю;
- та інші невідповідні ріелтору функції.

Таким чином, існував великий ризик, який неможливо було передбачити і виключити, не кажучи про те, що був відсутній механізм страхування.

Не дивлячись на те, що 1 січня 2004 року набув чинності Закон України «Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла і операціях з нерухомістю», мало хто з учасників ринку нерухомості використовує дані механізми. Закон передбачає існування двох видів Фондів: Фонди Фінансування Будівництва (далі – ФФБ) і Фонди Операцій з нерухомістю (далі – ФОН). Керівник може створювати декілька Фондів. Фонди створюються за власною ініціативою Управляючого.

Згідно закону, привертати кошти і управляти ними можуть виключно визначені в Законі фонди, створені як неюридичні особи (далі – Фонди), а засновниками і керівниками Фондів виступають юридичні особи (далі – Керівники) внесені в Державний реєстр фінансових установ і мають відповідну ліцензію. Тобто, між традиційними суб'єктами – забудовниками і інвесторами – з'являється фінансовий посередник у вигляді Фонду. При цьому Фонд на підставі права довіреної власності є управляючим процесу будівництва (в договірних рамках) і одержує право розпоряджатися, користуватися і володіти майном, переданим йому в управління.

На законодавчому рівні в Україні також визначені питання спільного інвестування. Основним нормативним документом є Закон України “Про інститути спільного інвестування (пайових і корпоративних інвестиційних фондах)”. Державне регулювання діяльності інститутів спільного інвестування (ІСІ) і контроль над їх функціонуванням здійснюється в Україні Державною комісією по цінним паперам і фондовому ринку (далі - Комісія). Базові принципи і понятійний апарат, на якому будується Українське законодавство по ІСІ і спільному інвестуванню, – такі ж, як в Західній Європі, США і Росії, але з певним обліком національних особливостей і досвіду роботи «ваучерних інвестиційних фондів» , що діяли в Україні в період масової приватизації.

Не зважаючи на затверджені законодавчі механізми фінансування інвестиційних проектів, не всі інвестори розуміють його вигоди, і в основному прагнуть працювати на «надприбуток», не витримуючи елементарних норм реалізації проектів: відсутність якісного бізнес-плану, маркетингових досліджень, техніко-економічного обґрунтування реалізації проектів. На даному етапі для інвесторів важлива робота з консалтинговими компаніями, функції яких, по суті, зводяться і полягають в наданні інформаційно-документальної бази у форматі, що задовольняє критеріям, і супроводі проектів.

Тим не менш, не дивлячись на недотримання необхідних вимог до проектів, в активі реалізованих інвестиційних проектів є немало вдалих проектів із залученням зарубіжних інвесторів. Перші з них були реалізовані в столиці. «Піонером» на ринку комерційної нерухомості в Києві стала Австрійська інвестиційна компанія Maculan, яка виступила у ролі інвестора і забудовника об'єкту, відомого сьогодні як «Міжнародний офісно-готельний центр» (1994 рік). Проект виявився досить успішним, а його приміщення були здані в оренду дипломатичним і комерційним представництвам.

Крупні західні інвестиції у вітчизняну комерційну нерухомість протягом останніх років поступили і з боку компанії METRO Cashs and Carry, яка побудувала в Україні вісім торгових центрів в Києві, Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Донецьку, Львові. В найближчі плани компанії входить відкриття торгових центрів на сході України.

Компанія «Біла-Україна» була створена в 1998 році Австрійською компанією BILLA - дочірнім підприємством німецької групи REWE. BILLA прийшла на Україну, коли вітчизняні мережі тільки зароджувалися, вона активно будувалася, зняла вершки, але у зв'язку з нестабільним положенням на Україні, припинила свою діяльність. На сьогоднішній день на Україні працюють вісім супермаркетів Billa, які знаходяться в Києві, Харкові, Дніпропетровську і в Запоріжжі. Будівництво всіх супермаркетів мережі вів

«Київміськбуд». Зараз компанія має намір повернутися на Український ринок для будівництва нових супермаркетів.

В чому ж на даному етапі інвестування в нерухомість привабливіше решти інвестиційних проєктів? Головною відмінною рисою інвестицій в нерухомість є саме висока ліквідність, і звісно ж те, що багато інвесторів звертають свою увагу на неї при розробці стратегічних інвестиційних планів. Це найбільш захищений різновид інвестицій. На відміну, наприклад, від ринку цінних паперів, де щонайменші зміни як у внутрішній, так і в зовнішній економіці і курсі керівництва країни в результаті будь-яких адміністративних рішень можуть кардинально змінювати ситуацію. Будь-який інвестор хоче мати прогнозований результат, стабільність і певні гарантії. Ринок нерухомості якраз і дає таку чітку прогнозованість і стабільність. Хоча сама по собі нерухомість, на відміну від багатьох світових індикаторів, наприклад, золота або платини, не виступає винятковим еквівалентом, вона має реальну собівартість і функціональне вживання. Ці чинники і роблять її залежною від економічного стану конкретної країни, від попиту. Отже, тут потрібно особливо ретельно аналізувати час, коли відбувається інвестиція, і актуальну точку цінової динаміки. А також проводити ретельне бізнес планування, засноване на результатах маркетингових досліджень, які можуть провести консалтингові компанії, працюючі у напрямі реалізації і розвитку інвестиційних проєктів.

На основі проведеного аналізу, були отримані данні про те, що прибутковість комерційної нерухомості в Україні може досягати 60%, залежно від якості проєкту і сегменту нерухомості з урахуванням входу і виходу з бізнесу.

Зараз основну увагу іноземні інвестори приділяють торговій нерухомості. Основні причини такої орієнтації, на мій погляд, наступні: - попит в Україні на сучасну торгову нерухомість істотно перевищує пропозицію; – могутнім іноземним корпораціям, що створили торгові центри і мережі по всьому світу, набагато простіше створювати у нас супермаркети

ніж вітчизняним бізнесменам. Найбільш наочно цю вигоду можна відчутти, порівнюючи ефективність фінансових вкладень в різних країнах (див. табл. 3.1.1) [4].

Таблиця 3.1.1

**Строки окупності проектів комерційної нерухомості
в Україні та Європі**

Вид нерухомості	Строк окупності в Україні	Строк окупності в Європі
Торгова	3-5 років	10-15 років
Офісна	5-8 років	12-15 років
Готельна	7-12 років	14-16 років

Таким чином, можна зробити висновок про те, що ринок нерухомості України має значний потенціал зростання, незадоволений попит у всіх секторах і класах комерційної нерухомості і низьку конкуренцію на ринку. Продовжується будівництво нових офісних центрів, стимулом чого служить недостатня насиченість ринку спеціалізованими офісними площами. Якщо порівнювати Україну з країнами Західної Європи, наприклад, з Угорщиною, то за населенням Україна в сім раз перевищує, а за офісними площами в сім раз поступається. При цьому, існує і позитивний чинник – заповнюваність офісних площ більше 90% [6]. А в порівнянні з Москвою, об'єм пропозиції на офісному ринку Києва в 15 разів менше, при цьому прибутковість інвестицій в цей сегмент тримається на рівні 13% - 17% річних [8].

В 2007 році ринок площ столичних торгових центрів переступив межу в 1 млн. м², але це не спричинило зниження орендних ставок і збільшення вільних «квадратів» раніше 2008 року, орендна платня незважаючи на кризу зростатиме до 2011-2012 років. В перспективі – залучення серйозного зарубіжного капіталу і будівництво нових площ торгових центрів.

Конкуренція, що зростає, між компаніями, які займаються торгівлею нерухомості в найближчому майбутньому примусить серйозніше і професійно підходити до створення торгових об'єктів, збільшувати витрати

на консалтингові послуги і дослідження ринку, а також на будівництво і внутрішню обробку комплексів. Прихід іноземних інвестицій у вітчизняну торгову нерухомість також може вплинути на динаміку орендних ставок. Але наскільки вони зміняться з приходом мережевих операторів світового масштабу, і в яку сторону, прогнозувати поки складно. Розмах і об'єми оборотних коштів багатьох західних компаній цілком дозволяють демпінгувати, причому без особливих для себе втрат. У свою чергу, орендодавці зацікавлені в максимальному прискоренні процесу заповнення того або іншого ТЦ, як за рахунок вітчизняного, так і зарубіжного оператора.

Україна на даний момент дійсно достатньо популярна на інвестиційному ринку. І разом з наміром України йти шляхом євро інтеграції, економічне середовище в нашій країні динамічно розвиватиметься.

3.1.3. Оцінка ситуації у сфері житлового будівництва

Галузь житлового будівництва є рушійною силою для розвитку суміжних, пов'язаних з нею галузей економіки країни. Житлове будівництво в Україні перебуває під впливом загальноекономічної та політичної ситуації в країні. Під ринком житлового будівництва будемо розуміти ринок, на якому створюється первинне житло для задоволення потреб населення за рахунок різноманітних джерел фінансування. Сучасному ринку житлового будівництва як України, так і Одеської області притаманні нестабільність, стихійність та непередбачуваність розвитку при значному впливі кризових явищ економіки країни. Дослідження сучасного стану, оцінка потенціалу та основних тенденцій, факторів та перспектив розвитку житлового будівництва в Україні та в регіоні виступає досить актуальним при зазначених умовах.

Оцінити сучасний стан та потенціал ринку житлового будівництва допоможе аналіз основних пропорцій. Сьогодні на розвиток ринку житлового будівництва впливає багато факторів. Основні фактори, які стримують розвиток житлового будівництва, на думку Терентьєва В.А. [1, с. 25] наступні: дефіцит платоспроможного попиту населення; високі кредитні ставки; адміністративні перепони, неврегульовані законодавством; завищені ціни на продукцію будівельного комплексу, при часто наявній невисокій якості матеріалів, робіт та послуг; дефіцит позикових та залучених коштів та невикористаний у повному обсязі арсенал державних регулюючих засобів дії на житловий сектор економіки та інші. До перелічених факторів можна додати фактори спричинені економічною кризою, такі як: загальний спад виробничої та інвестиційної діяльності в країні, погіршення фінансового стану будівельних підприємств, збільшення заборгованостей замовників, скорочення обсягів державного фінансування житлового будівництва, використання застарілих схем управління будівельною галуззю. Визначальним фактором стримуючим розвиток житлового будівництва в Україні на сьогоднішній день виступає негативний вплив світової фінансової кризи на економічну ситуацію в країні, що обмежує надходження

інвестиційних ресурсів у житлове будівництво та загалом розвиток житлового будівництва в Україні.

Існує величезна кількість факторів, які потрібно враховувати при аналізі ринку житлового будівництва. Основну увагу потрібно приділити кон'юнктурі будівельного ринку та ринку житлового будівництва. При аналізі кон'юнктури ринку житлового будівництва потрібно досліджувати наступні параметри: загальну характеристику будівельного ринку; виробничі та інвестиційні характеристики учасників будівельного процесу; аналіз пропозиції та попиту на житло; аналіз цін на житло; прогноз ринку житлового будівництва.

Починаючи з 1990 року в Україні відбувався спад обсягів будівельного виробництва та введення в експлуатацію житла. Введення в експлуатацію житла скоротилося у 2000 році до рівня 60% обсягів 1995 року по всій Україні та 70% в Одеській області. З 2001 року житлове будівництво почало нарощувати обсяги виробленої продукції. За 2008 рік у державі за рахунок усіх джерел фінансування введено в експлуатацію 10,496 млн. кв. м житла, що становить близько 61 % обсягів введеного житла у 1990 році (17447 тис. кв. м). В Україні загалом з 2001 по 2007 рік відмічалися щорічні темпи приросту житлового будівництва на рівні 5-10% до попереднього року [2]. Одеська ж область не показувала такі стабільні результати, зростання обсягів введення в експлуатацію житла у цьому регіоні характеризується хвилеподібною тенденцією зі значними падіннями обсягів у 2003 та 2005 роках [3; 4]. Але ж у 2009 році відбулося значне падіння обсягів введення в експлуатацію житла як по всій Україні, та і в Одеській області. Введення в експлуатацію житла у 2009 році впало на рівень 61% від обсягів 2008 року.

Основні показники, які характеризують житлове будівництво України та Одеської області відображені у табл. 3.1.2. Дані таблиці свідчать про постійне зростання частки Одеської області у загальному обсязі введення в експлуатацію житла по Україні, що є підтвердженням чільного місця регіону у структурі житлового будівництва країни.

Таблиця 3.1.2

Введення в експлуатацію житла в Україні та Одеській області, тис. кв. м*

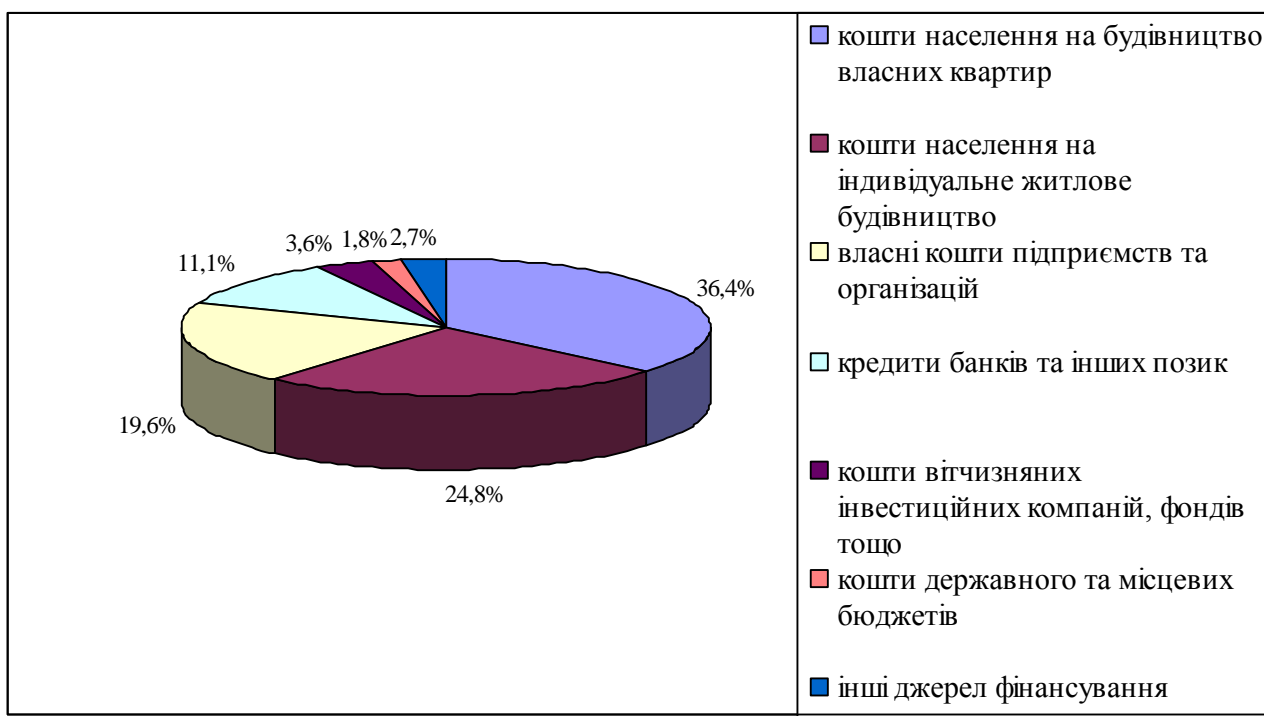
Рік	Всього по Україні	В т.ч. Одеська обл.	Частка Одеської обл., %	Приріст обсягів введення до попереднього року в Україні, %	Приріст обсягів введення до попереднього року в Одеській обл., %
1995	8663	401	4,63	X	X
1996	6754	327	4,84	77,96	81,55
1997	6369	253	3,97	94,30	77,37
1998	5848	288	4,92	91,82	113,83
1999	6147	296	4,82	105,11	102,78
2000	5558	268	4,82	90,42	90,54
2001	5939	343	5,78	106,85	127,99
2002	6073	402	6,62	102,26	117,20
2003	6433	377	5,86	105,93	93,78
2004	7566	482	6,37	117,61	127,85
2005	7816	450	5,76	103,30	93,36
2006	8628	663	7,68	110,39	147,33
2007	10244	793	7,74	118,73	119,61
2008	10496	847	8,07	102,46	106,81
2009	6400	-	-	60,98	-

* Складено автором за даними [2; 3; 4]

Розглянемо регіональну структуру введення в експлуатацію житла по Україні. Найбільші показники введення в експлуатацію житла в Україні у 2008 році у м. Києві (13,6%), Київській (11,1%), Одеській (8,1%), Львівській

(7,4%) та Івано-Франківській (4,9%) областях. Одеська ж область посідає чільне третє місце за обсягами введення в експлуатацію житла у 2008 році серед регіонів України (8,1 % до загального обсягу), що свідчить про значний потенціал розвитку житлового будівництва в регіоні [4, с. 71].

В умовах нестабільності та відсутності достатнього фінансування житлового будівництва з боку держави актуальності набувають питання пошуку будівельними компаніями альтернативних засобів залучення інвестиційних ресурсів у житлове будівництво. Присутня сьогодні структура джерел фінансування житлового будівництва в Одеській області у 2008 році представлена на рис. 3.1.2.



* Складено автором за даними [5, с. 5]

Рис 3.1.2. Інвестиції в житлові будівлі за джерелами фінансування в Одеській області за 2008 рік, у % до загального обсягу

Слід зазначити, що тенденції формування структури фінансування житлового будівництва Одеської області є загальними для всієї України. У 2008-2009 роках, як і у попередні роки, переважна більшість об'єктів житлового будівництва в країні фінансувалася за рахунок коштів населення

на будівництво власних квартир та коштів населення на індивідуальне житлове будівництво, та власних коштів підприємств та організацій. Незначною часткою характеризується фінансування житлового будівництва за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів [5, с. 5].

Сучасний етап розвитку інвестиційної діяльності будівельних компаній обумовлює необхідність структурної перебудови будівельної галузі у напрямку створення принципово нових організаційних форм, які будуть відповідати ринковим умовам.

Галузь житлового будівництва характеризується циклічністю, про що влучно пише Курівський І. [6, с. 72]: «... слід відзначити часовий лаг (в середньому 3 роки) від початку будівництва житлового будинку до його введення в експлуатацію. Тобто, будинок зданий в експлуатацію у 2007 році, почав будуватися у 2004. Це правило стосується переважної більшості об'єктів житлового будівництва і зумовлене техніко-економічними особливостями галузі...». Аналізуючи розвиток житлового будівництва Одеської області, можна сказати, що висхідна фаза таких циклів у регіоні формувалася у 1996-1997, 2000, 2003 роках, коли зростання інвестиційної активності призвело до найбільших темпів росту введення в експлуатацію житла у 2006 році (пік злету), що, в свою чергу, зумовило зниження введення в експлуатацію житла у 1999, 2002 та 2005 роках. Циклічність на ринку житлового будівництва знаходиться під впливом головного чинника - сповільнення ділової активності, але Курівський І. [6, с. 73] виділяє ще такі фактори впливу на процеси у галузі житлового будівництва: наявність альтернативних цілей вкладення коштів інвесторами, перенесення діяльності будівельних компаній поза межі великих міст, введення об'єктів незавершеного будівництва, спирання на стару базу основних фондів, сформовану ще у Радянському Союзі.

Житлове будівництво Одеської області характеризується наступними показниками: загальна площа введених житлових будинків у 2008 році склала 847,4 тис. кв. м, що на 6,8 % більше, ніж за попередній рік. У

розрахунку на 1000 осіб обсяги введеного житла за 2008 рік по області становлять 355,7 кв. м загальної площі. Приросту обсягів введення в експлуатацію житла досягнуто 7 районах області, містах Іллічівську, Южному та у м. Одесі. Відмітимо зменшення обсягів житлового будівництва індивідуальними забудовниками області - біля третини житла (292,5 тис. кв. м) введено індивідуальними забудовниками, що на 9,2% менше, ніж у попередньому році. Відмічається скорочення обсягів введеного в експлуатацію житла за кошти державного бюджету: у 2008 році - 10,3 тис. кв. м житла (1,2% загального введення по області), у 2007 році відповідно 11,7 тис. кв. м (1,5% загального введення по області). Найбільше житла збудовано у м. Одесі - 490,0 тис. кв. м загальної площі, що становить трохи менше двох третин введеного житла по області. Перше місце по введенню в експлуатацію житла серед районів області посідає Овідіопольський район - 182,7 тис. кв. м (21,6% загального введення по області) [4, с. 56].

У житловому будівництві Одеської області в 2008 році було освоєно 2,6 млрд. грн. капіталовкладень, що на 20,4% менше, ніж за 2007 рік. Їх частка у загальному обсязі інвестицій в основний капітал склала 20,9% (у 2007 році - 23,3%), з яких 72,6% коштів направлено на будівництво багатоквартирних житлових будинків, 27,4% одноквартирних [5, с. 3]

За результатами аналізу функціонування будівельної галузі України і зокрема Одеської області за період 1991-2009 роки можна стверджувати про появу у ній структурних зрушень. Будівельна галузь області відчуває на собі проблеми притаманні усьому будівельному комплексу країни. Тенденція до значного зменшення обсягів введення в експлуатацію житла в Україні та Одеській області останніми роками підтверджує значний вплив на формування регіонального будівельного комплексу факторів загальнодержавного значення.

Головними суб'єктами у житловому будівництві виступають будівельні компанії. В Україні вони представлені великою кількістю малих, середніх та великих підприємств у різноманітних формах власності та організаційних

формах. Великі будівельні компанії найчастіше будують масове житло для забезпечення масових потреб житлового ринку. Малі будівельні підприємства орієнтуються на попит обмеженого кола споживачів, будуючи житло по індивідуальним, високо вартісним проектам. У будівельного підприємства будь-якого розміру існує постійна потреба у капіталі, тому виникає необхідність пошуку зовнішніх джерел фінансування.

Найбільше розповсюдження серед організаційних форм у будівельних компаній в Україні набули холдингові компанії та трести. Сучасні холдингові компанії, існуючі у галузі житлового будівництва мають ряд наступних тенденцій: низький рівень середньорічного приросту компаній, нестабільність розвитку та функціонування, незначні розміри фінансових вкладень в холдинги, нівелювання такого виду інтегрування, посилення універсального багатогалузевого характеру (риса притаманна західноукраїнським житлобудівним холдингам, північні та південні регіони зберігають вузьку галузеву та географічну орієнтацію). Із загальної кількості великих холдингових компаній, які займаються житловим будівництвом, в Україні приблизно 55% припадає на західну та центральну частину країни [7, с. 77]. В Україні відбуваються процеси взаємопроникнення холдингових компаній із переплетінням капіталів конкуруючих холдингів.

Сьогодні демонструють позитивні результати спільні будівельні підприємства з іноземними інвесторами, які впроваджують досягнення науково-технічного прогресу та застосовують новітні технології у будівельному процесі.

Сутність житлового будівництва в Україні на рівні попиту та пропозиції обумовлена характерними історичними традиціями розвитку. За радянських часів забезпечення житлом відбувалося за рахунок держави відповідно до квартирної черги. В Україні, починаючи з 1990 року, темпи забезпечення населення житлом досить низькі й мають тенденцію до зменшення. Пропозиція нового житла не перевищує обсяги введеного в експлуатацію житла за відповідний рік. Первинний ринок знаходиться у

постійній конкуренції з вторинним ринком житла. У випадку значного підвищення цін на новобудови прийдеться конкурувати з наявним житловим фондом, і споживачі, оцінюючи якісні та кількісні характеристики об'єктів, зроблять свій вибір.

Основними факторами, що впливають на пропозицію житла, правомірно вважати ціни на ресурси, технологію будівельних робіт, податки та субсидії, ціни на будівельні матеріали, нестабільність цін, кількість продавців. Зарубіжні економісти вважають незмінною пропозицію житла в короткостроковому періоді, тобто пропозиція житла в короткостроковому періоді є нееластичним по відношенню до цін на окреме житло [8, с. 26].

Суттєвий вплив на пропозицію житла мають виробничі потужності будівельних підприємств та їх стан. Автори [9, с. 164] приводять наступні дані відносно потужностей будівельних підприємств: « ... потенційні потужності будівельних підприємств по регіонам (містам) по будівництву житла оцінюються на рівні 0,6 кв. м на людину у рік, що приблизно відповідає рівню введення житла за рік».

Серед основних факторів, що впливають на показник потужності будівельних підприємств, виділяють наступні: ендогенні – територіальна концентрація, рівномірність завантаження, середньорічна вартість основних коштів, обіговість власних коштів; екзогенні – середньорічна вартість 1 кв. м та розрахункова потреба в ньому [9].

Основні фактори, які стримують розвиток доступного житла наступні: дефіцит платоспроможного попиту населення; високі кредитні ставки; адміністративні перепони, неврегульовані законодавством; недостатній обсяг будівництва; відставання інженерної та транспортної інфраструктури будівельних площадок; завищені ціни на продукцію будівельного комплексу при часто низькій якості матеріалів, робіт, послуг.

Збільшення цін на ресурси та їх обмеженість призводять до одночасного збільшення витрат на будівництво та зростання цін на будівельну продукцію. Стримує пропозицію обмеженість земельних ділянок

під забудову житла. Так у м. Одеса цей фактор спричинює збільшення ціни на житло та вихід будівельних компаній на регіональні ринки. Виділення земельних ділянок під забудову в Україні та встановлення розміру інвестиційного внеску будівельним фірмам у міський житловий фонд вирішується на регіональному рівні в кожному окремому регіоні та потребує виваженої регіональної житлової політики.

При прогнозуванні пропозиції новозбудованого житла слід мати на увазі, що значна кількість квартир буде пристосована під нежитловий фонд, для потреб бізнесу (під аптеки, магазини тощо).

Базуючись на ринкових принципах та менталітеті українського населення, можливо стверджувати, що найближчим часом український ринок житлового будівництва буде організований у двох сегментах – багатоквартирному та індивідуальному житловому будівництві. Основним факторами, які визначають перспективи розвитку індивідуального житлового будівництва в Україні та відрізняють його від багатоквартирної забудови, виступають: наявність сформованої інфраструктури, місцезнаходження жилого об'єкту, транспортна доступність та економічний потенціал [10, с. 22]. Наявні економічні умови відкривають величезні перспективи для розвитку індивідуального будівництва, пов'язані із новітніми технологічними можливостями будівництва саме індивідуального житла. Слід зазначити, що доля індивідуального житлового будівництва у загальному обсязі житлового будівництва суттєво відрізняється по регіонам України. Сьогодні ж існує реальна загроза подальшого значного скорочення обсягів введення в експлуатацію житла будівельними підприємствами України та Одеської області.

З точки зору будівельної компанії, досліджуючи ринок житлового будівництва, важливо визначити можливий попит на житло у перспективі, та рівноважну ціну на сьогодні та можливості її подальшого коливання. Визначається попит на будівельну продукцію та послуги за допомогою спеціальних методів. Як зазначає Анін В.І. [11, с. 125]: «... регулювання

попитом на будівельну продукцію можливе лише частково тому, що в ринкових умовах крім детермінованих регулювань діють ще стохастичні процеси». Асортимент будівельного підприємства не може визначатися за бажанням, він є керованою величиною на основі показників прибутковості, попиту та конкурентної ситуації на ринку.

Головними суб'єктами - замовниками на ринку житлового будівництва, на попит яких треба орієнтуватись будівельному підприємству, виступають: приватні особи або приватні підприємства, місцеві органи влади як інститут по забезпеченню населення житлом.

Незважаючи на постійне зростання величини показника середньої кількості кв. м житлового фонду на одного жителя в Україні та Одеській області, величина даного показника значно відстає від аналогічних показників розвинених країн світу, які становлять приблизно 50-70 кв. м житлового фонду на одного жителя. В Україні у 2007 році цей показник становив 22,5 кв. м на одного жителя (по Одеській області - 21,6 кв. м) [2]. Даний факт свідчить про існуючий попит на житло для задоволення умов життя населення України на рівні розвинених країн світу.

В Україні відмічається тенденція постійного зменшення частки сімей, що перебували на квартирному обліку та отримали житло. Це свідчить про існуючий високий незадоволений попит з боку соціально незахищених верств населення країни в поліпшенні своїх житлових умов. Частка населення, яка потенційно здатна придбати житло, не перевищує 15 % від усього населення України. При цьому, частка населення, яка здатна придбати житло на протязі 5 років не перевищує 3 % [12, с. 82].

Попит та пропозиція житла в Одеській області перебувають під впливом регіональних факторів, головними з яких виступають економічний стан регіону, соціальна політика місцевої влади, демографічний стан області, психологічний клімат в регіоні та інші. Попит на житло в регіоні формують: рівень доходів місцевого населення, кількість споживачів, ціни на житло та уподобання споживачів [13, с. 88].

Попит на кожен категорію житла залежить від грошових доходів населення. Незважаючи на зростання середньомісячної заробітної плати в регіонах України в 2009 році, її розмір є недостатнім для придбання житла. Існуючі сьогодні офіційні доходи населення України забезпечують дуже низький рівень платоспроможності населення та його купівельної спроможності на ринку новозбудованого житла. Відповідно до динаміки середньомісячної заробітної плати по Україні та в Одеській області за 2009 рік правомірно зробити висновок щодо відсутності у більшості громадян накопичень капіталу як одного із чинників, що впливає на попит на житло. Ринок житлового будівництва зорієнтовано переважно на громадян із високим рівнем доходу. Кредити через їх високу вартість, умови надання та повернення не є доступними для більшості громадян, що не дозволяє задовольнити існуючий попит на житло.

Значна частина попиту на житло останніми роками була викликана високою прихованою ставкою капіталізації, коли вкладення заощаджень у житло було у 3-4 рази більш прибутковим, ніж банківські депозити. Сьогодні чисельність таких покупців значно зменшилася, що викликано нижчими темпами приросту доходів громадян, порівняно із зростанням цін на житло [6, с. 77]. Попит на житло з метою спекуляції почав знижуватись, оскільки вкладення заощаджень у нерухомість вимагають подальшого переведення їх в грошову форму, а сьогодні ситуація із коливанням цін на житло носить досить нестабільний характер.

Фактором стимулювання попиту на житло виступає рівень розвитку та доступності для широкого кола споживачів іпотечного кредитування. Аналізуючи світовий досвід можна дійти висновку, що саме іпотечне кредитування виступає дієвим механізмом залучення коштів у житлове будівництво. Розвиток іпотечного кредитування житлового будівництва, зменшення ставки банківського відсотка та створення умов для кредитування самих незаможних категорій населення можливе лише за умови політичної та економічної стабільності в Україні. Вітчизняні фахівці відзначають, що в

Україні є позитивні передумови для формування цивілізованого ринку іпотеки, до яких належать: сформований ринок житла з відносно стабільними цінами; наявність банків, що мають досвід роботи в галузі іпотечного кредитування і зацікавленні у зростанні даного сегмента; наявність попиту в іпотечних кредитах з боку населення. Незважаючи на позитивні передумови, для подальшого розвитку іпотеки в Україні слід зробити ще дуже багато. Безумовно найбільшою проблемою є недосконале законодавче поле, яке не сприяє нормальному та цивілізованому функціонуванню всіх інструментів іпотечного кредитування.

Фактор ціни на житло, що впливає на ринковий попит, характеризується ціною 1 кв. м житлової площі. Вартість 1 кв. м житлової площі залежить від структури витрат (ціни трудових та матеріально – технічних ресурсів будівництва об'єкта).

Використання місцевих будівельних матеріалів для житлового будівництва зменшує витрати на його будівництво, що сприяє здешевленню 1 кв. м житлової площі. Слід використовувати для житлового будівництва новітні для вітчизняного будівельного ринку технології, які допоможуть знизити собівартість будівельної продукції. Інновації у житловому будівництві дозволяють підвищити ефективність будівництва, якість будівельної продукції, сприяють економії ресурсів, зниженню витрат на експлуатацію будівель та споруд, та вирішенню низки соціальних проблем за рахунок забезпечення населення житлом.

Інвестування в інновації на будівельних підприємствах у 2007 році характеризувалося наступними даними: 18% будівельних підприємств вкладали кошти у заміну старого обладнання новим (у 2006 році цей показник становив 10%); 6% підприємств впроваджували нові будівельні технології на протязі 2006-2007 років; 15% приділяло увагу навчанню персоналу (проти 11% у 2006 році); 2% приділяло уваги впровадженню ресурсозберігаючих технологій (3% у попередньому році). Інноваційна діяльність будівельних підприємств у 2005-2007 роках зосереджена у

напрямах: придбання нових машин і обладнання, навчання та перепідготовка технічного персоналу. Будівельні підприємства майже не займалися перепідготовкою та наймом менеджерів будівельних підприємств та здійсненням маркетингових досліджень. Слід відмітити, за період 2006-2007 років у порівнянні з 2004-2005 роками незначне зменшення частки підприємств, які не займалися інноваціями (на 5%), та збільшення підприємств, які придбали патенти та ліцензії (на 3%), але скоротилася чисельність підприємств, що займалися впровадженням новітніх технологій (на 4%) та придбанням нових машин та обладнання (на 2%) [14, с. 70].

Слід підкреслити, що брак обсягів фінансування створює додаткові перешкоди для результативного формування інноваційної моделі розвитку будівельного комплексу. Головні перепони поширення інновацій у житловому будівництві – це організаційні та управлінські перешкоди, знищення яких повинно стати метою держави.

Характерною ознакою ринка житла в Україні є те, що середні ціни на вартість 1 кв. м житлової площі в регіонах різняться. Великий діапазон цінових пропозицій на представлених на первинному ринку житла викликаний неоднорідністю збудованого житлового фонду. При формуванні ціни житла західні спеціалісти використовують підхід заснований на врахуванні головних трьох характеристик житла: якості та розмірів житла, властивості ділянки.

Основною причиною високих цін на вітчизняне житло, крім об'єктивних (висока вартість будівельних матеріалів, значні транспортні витрати внаслідок високих цін на паливно-мастильні матеріали тощо), Шевчук Т.В. [15, с. 170] вважає специфічні стратегії діяльності будівельних компаній України. Таку ситуацію зумовлюють ряд причин: низька платоспроможність населення, некерованість владою вартості первинного ринку житла, корпоративна змова будівельних компаній, відсутність дієвих муніципальних програм, несприятливий інвестиційний клімат для іноземного інвестування у житлове будівництво, відсутність достатніх обігових коштів у

будівельних компаній для реалізації масштабного проекту, який би вирішив проблему масового будівництва недорогого, але комфортного житла. Стрімке зростання цін на житло останніми роками обумовлене великим незадоволеним попитом на нього, але для більшої частини населення країни купівля житла є недоступною внаслідок його низької платоспроможності.

Щодо можливості подальшого обвалу цін на житло в Україні, то автори [16, с. 15] висловлюють досить обґрунтовану думку: «...серед країн Центральної та Східної Європи в Україні один з найнижчих показників забезпечення потреб і задоволення попиту на ринку житла. Це головна протидія спаду і зниження цін на ринку житла. З урахуванням кількості та якості житла потреба в його будівництві на 1 особу в Україні в 10 раз вище, ніж у країнах Європи». Зменшення вартості житла неможливо здійснити швидко. Поки здійснюватиметься комплекс конкретних заходів, почнуть діяти такі фактори як інфляційні процеси, подорожчання енергоносіїв і будівельних матеріалів, підвищення заробітної плати працівників, які позначаються на ціні житла на макроекономічному рівні [17, с. 82].

Найбільш вірогідним для реалій сучасної України, на нашу думку, виступає поступове зниження цін на житло на первинному та вторинному ринку та подальша їх стабілізація на деякому рівні при впровадженні стратегій активізації попиту будівельними компаніями.

Розвиток житлового будівництва можливий при умові подальшого розвитку всіх елементів його системи. Для нормального розвитку та функціонування житлового будівництва потрібно розвивати форми власності присутні на ринку, вдосконалювати організаційні форми збуту продукції, розвивати кредитно-банківську, страхову систему, забезпечити доступ до інформації усіх учасників ринку, здійснювати підготовку кваліфікованих кадрів, створювати умови для розвитку конкуренції та сформувані законодавчо обґрунтований ринок землі. Системний підхід до проблем має забезпечити поступове та цілеспрямоване нарощування темпів економічного зростання та підвищення потенціалу всієї країни.

3.2. Особливості дослідження ринків природних ресурсів

3.2.1. Теоретичні засади ринку природних ресурсів

Загальновідомо, що від природних ресурсів залежить життя і добробут населення. Значне різноманіття ресурсної сировини обумовило їх класифікацію, згідно з видами використання: паливно-енергетичні ресурси; мінеральні та немінеральні ресурси; земельні ресурси; водні ресурси; рослинні та лісові ресурси; рекреаційні ресурси.

Цінність природних ресурсів залежить від певних умов – які ресурси перш за все необхідні у даний час та на конкретній території. Природні ресурси мають як загальні, так і індивідуальні властивості, що обумовлено конкретними особливостями даного регіону їх розташування.

Все це дозволяє, віднести природні ресурси до групи виробничого призначення, вони у загальнонаціональному господарстві є сировиною, яка забезпечує її національну безпеку. Ресурси, як елементи природи, використовуються у господарюванні і виступають частиною національного багатства. Останнє і визначає головну ціль регулювання комплексним використанням природних ресурсів.

В умовах ринкової економіки виникає необхідність створення ринків природних ресурсів, що пов'язано з їхньою дефіцитністю та можливістю одержання значних засобів від їх продажу. Питання становлення ринків природних ресурсів особливо актуально в умовах значного природного багатства країни та дефіциту засобів для його раціонального використання й охорони. Цивілізований ринок ресурсів може дозволити активно залучити іноземних інвесторів до ресурсоексплуатуючих галузей. Відповідний ринок, працюючи на внутрішнього і зовнішнього споживача, дасть можливість одержання значних коштів від продаж, що особливо актуально в умовах наявності ресурсного потенціалу і дефіциту засобів для його раціонального використання. До того ж, не можна не акцентувати увагу на існуючі

розрізнені ринки, що не мають загальної системи управління та потребують державного врегулювання.

Ринку природних ресурсів, як сукупності формальних і неформальних інститутів, притаманні особливі функції, а саме:

1) інституційно-координаційна функція, яка полягає в координації діяльності інституціональних суб'єктів ринку, тобто виробників і споживачів, шляхом використання норм і “правил гри”, що забезпечує економію трансакційних витрат;

2) інституційно-розподільча функція регулює асиметричний розподіл інформації, розподілі ресурсів, витрат і вигід від виробництва через обмеження можливих дій і координацію діяльності виробника і споживача;

3) інституційно-обмежувальна функція визначає наявність формальних і неформальних інститутів, що приводить до визначеної передбачуваності результатів діяльності інституціональних суб'єктів ринку і обмеженню їх можливих дій, зміні стереотипів поведіння;

4) функція специфікації прав власності полягає у дотримання правил і норм, оформлення контрактів і необхідної документації, що є особливо важливим, оскільки ринок природних ресурсів з'єднує виробників і споживачів до виробництва;

5) функція спадкування інституціональних правил і норм шляхом процесу передачі інформації;

6) функція соціалізації полягає в засвоєнні культурних норм, в освоєнні ролей, закріпленні традицій і ціннісних орієнтирів;

7) функція соціального контролю змушує інституціональні суб'єкти підкорятися прийнятим нормам.

Вивчення особливих функцій ринку природних ресурсів як сукупності дій основних його суб'єктів дозволяє розглянути інституціональну структуру ринку і виявити прямі і зворотні зв'язки між його окремими елементами.

Інституціональна структура ринку природних ресурсів являє собою стійку систему, що зберігається в процесі зміни відносно зв'язків елементів

ринку, що утворюють єдине ціле. Структура ринку природних ресурсів являє собою вираження стійких, закономірних відносин між його елементами.

До головних компонентів інституціонально-економічної структури ринку природних ресурсів відносяться:

- безпосередньо інституціональні суб'єкти (організація як інститут і окремі індивіди) і об'єкти ринкових відносин;
- формальні і неформальні інститути: норми, цінності, ідеї, традиції, звички, принципи і правила, на яких будуються відносини між суб'єктами ринку;
- відносини, у які вступають інституціональні суб'єкти з метою реалізації своїх інтересів на ринку.

Зміни інституційної структури ринку природних ресурсів можна пояснити, використавши так звану модель екологічного розвитку, що була запропонована наприкінці 80-х років ХХ ст. Модель виділяє чотири етапи в розвитку організаційної структури видобуваючої промисловості – “зародження - ріст - розвиток - конкурентний ринок” (табл. 3.2.1). У рамках даної моделі передбачається, що в міру розвитку ресурсоспоживання і розширення інфраструктури йде поступовий розвиток організації певних галузей від монополій до конкурентних форм, завдяки чому відбувається ланцюгова дезінтеграція в постачаннях і зменшення ролі державного регулювання. Цей процес супроводжується переходом від довгострокових контрактних відносин на незрілих ринках до більш гнучких короткострокових контрактів, і, у кінцевому рахунку, за прикладом нафтової галузі, до прив'язки цін до біржових котирувань. Узагалі, ця модель багато в чому побудована на передумові про те, що ринки природних ресурсів повинні розвиватися за аналогією з нафтовими і газовими ринками.

Ринок природних ресурсів з однієї сторони є економічним інститутом, з іншого боку – сукупністю формальних і неформальних інститутів. Інститути є частиною структури системи, і в той же час економічна система і ринок природних ресурсів як особливий сегмент системи функціонують у

рамках визначеного інституціонального середовища – індивіди й організації, інститути, угоди утворюють єдину структуру. На першому рівні знаходяться індивіди й організації як споживачі, на другому - інституціональні угоди у вигляді ринків, на третьому – системоутворюючі “правила гри”. Таким чином, інституціональне середовище являє собою “правила гри”, у рамках яких здійснюється економічна діяльність. Зміни формальних і неформальних інститутів впливають на інституціональну структуру ринку природних ресурсів, на поведінку індивідів та їх суб’єктивний вибір, на діяльність організацій, що роблять нематеріальні послуги. Причиною інституціональних змін є ціноутворення, що у свою чергу обумовлено змінами у вартості інформації, технологій і змінами переваг – стереотипів суспільної свідомості.

Таблиця 3.2.1

Чотирихетапна модель розвитку ринків природних ресурсів

Етапи	Показники розвитку ринків				
	Попит	Інфраструктура	Інституційна структура	Тип контакту	Спосіб ціноутворення
I. Становлення вертикально-інтегральних монополій	Малий ринок	Обмежена кількість об’єктів	Обмежена кількість учасників, монополії, незначне державне втручання	Довгострокові контракти на вичерпання	Витрати плюс
II. Виділення незалежних виробників	Інтенсивний ріст	Початок інтеграційних процесів	Збільшення кількості учасників, монополії (часто держава виступає монополістом), сильна зарегульованість	Довгострокові контракти “take-or-pay”	Формула прив’язки до окремих видів ресурсів – нафти, газу

III. Лібералізація	Уповільнення темпів росту	Достатньо розвинута система	Значна кількість учасників, у великих споживачів право вибору постачальника, сторонній доступ	Ринок форвардних угод	Формула прив'язки до альтернативних видів ресурсів
IV. Формування конкурентного ринку	Початок насичування	Повний розвиток, утворення центрів торгівлі	Велика кількість учасників, дезінтеграція ланцюжка постачальників, право вибору постачальника, конкуренція	Короткотермінові контракти, оптові угоди	Прив'язка до біржових котирувань

Цілісність інституціональної структури ринку визначається наявністю складних зв'язків між її елементами: прямих і зворотних, безпосередніх і опосередкованих, функціональних і причинних. Основа таких зв'язків - трансакція. З розвитком суспільного поділу праці, концентрацією і централізацією виробництва і капіталу трансакційні витрати мають тенденцію до зростання. Наприклад, частка трансакційних послуг у ВВП США, що робляться приватним сектором економіки, збільшилася за сто років з 23% до 42%. Трансакційні витрати, у т. ч. ментальні, соціальні витрати мають визначальне значення, що вимагає досліджувати традиції, стереотипи поведінки і мислення інституціональних суб'єктів ринку природних ресурсів.

Специфіка інституціональної структури ринку природних ресурсів багато в чому пов'язана з інерційністю економічної системи, тобто неможливістю швидко змінити принципи поведінки організацій і індивідів – головних елементів ринкової структури. Вибір, що роблять індивіди, у вирішальній ступені визначений усією попередньою інституціональною історією суспільства, що переломлюється через неформальні інститути

культурного характеру: традиції, переваги, ціннісні установки. Норми поведінки структурують економічну і соціальну взаємодію.

Інституціональна структура регіонального ринку характеризується не тільки чисельністю і розподілом суб'єктів, що господарюють — продавців і покупців, а й:

- рівнем диференціації (наявність конкуруючих товарів);
- наявністю або відсутністю бар'єрів для входу нових фірм на ринок;
- рівнем і структурою витрат;
- рівнем вертикальної інтегрованості фірм;
- ступенем диверсифікованості виробництва.

Вивчення інституціональної структури ринку і змін її елементів лягло в основу для виявлення тенденцій розвитку ринку природних ресурсів у сучасній економіці України.

3.2.2. Шляхи вивчення використання природних ресурсів

Одним із шляхів вивчення використання природних ресурсів та розробки прогнозу їх застосування виступають маркетингові дослідження.

Якщо розглядати природні ресурси як товар, то, в залежності від конкретних умов, вони можуть знаходитися на певній стадії життєвого циклу. Життєвий цикл товару (ЖЦТ) змінюється в залежності від коливань обсягу продажу і прибутків від реалізації. Такі коливання можна зобразити в системі координат характерною кривою. Для цього на осі ординат відкладаються об'ємні показники, а на осі абсциси – час. Традиційна крива життєвого циклу товару включає такі періоди (стадії) – впровадження, зростання, зрілість, спад.

- Перша стадія – пов'язана з вивченням ринку і необхідності даного товару. Вона є підготовчим етапом до стадії пробних продаж, яка дає зрозуміти виробнику про подальший розвиток даного виду діяльності;

- на стадії впровадження товару відбуваються великі витрати на рекламу, яка має часто довідковий характер;

- стадія росту збуту товару характеризується признанням товару покупцями і ростом попиту на нього;

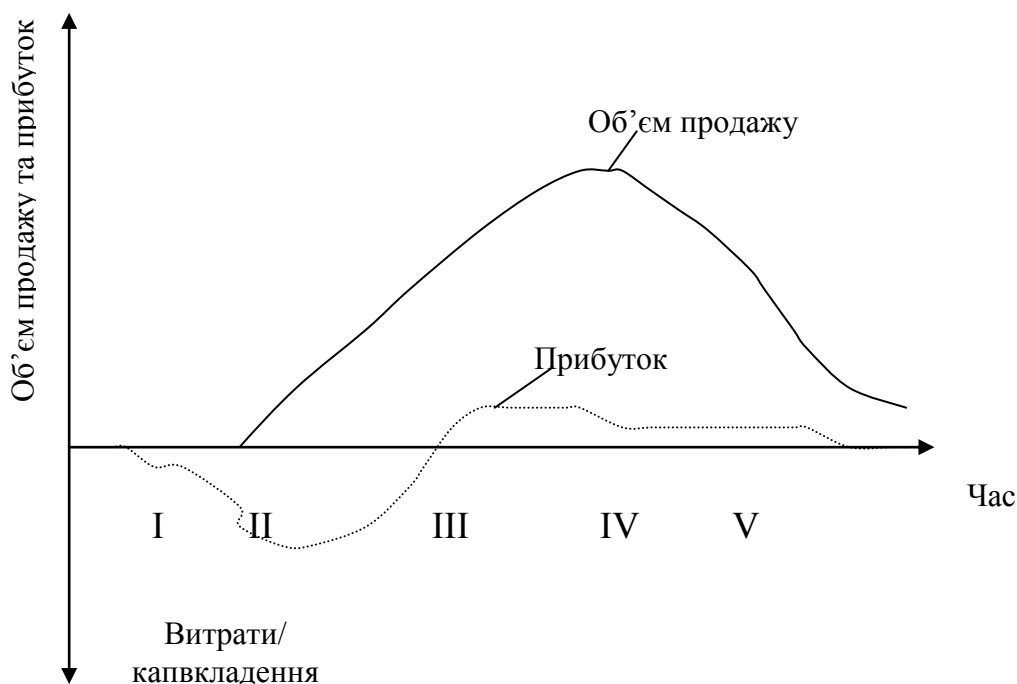
- стадія зрілості характеризується тим, що темпи росту збуту товару знижуються – більшість потенційних покупців вже придбало товар. Витрати на рекламу збільшуються у порівнянні з попереднім періодом при умовах, що рівень збуту і прибутку необхідно утримувати на попередньому рівні. Це період розквіту стимулюючої реклами. Інтенсивність реклами збільшується, тому що виникає необхідність охопити потенційних покупців, які не були залучені раніше, сегменти ринку чи певні території. В рекламному сповіщанні робиться акцент на різні скидки, розпродаж, довготривалий сервіс, підвищення якості;

- стадія насичення характеризується тим, що, незважаючи на енергійні заходи збут товару зменшується. Якщо у виробника в запасі немає чергових покращених модифікацій товару, а на попередніх етапах були повністю

використані всі можливості реклами, і ринок пересичений даною продукцією, то підприємство поступово знижує інтенсивність реклами. При не повністю використаних можливостях реклами, на попередніх етапах ЖЦТ, енергійна рекламна компанія в неохоплених раніше сегментах ринку чи регіонах може привести до збільшення кількості продаж;

- стадія занепаду характеризується різким зниженням продаж і прибутку.

Використовуючи класичні розробки ЖЦТ для природних ресурсів, як товару, необхідно зазначити, що кількість періодів коливається – від трьох до п'яти. Якщо ресурс залучається до торгівельного обороту безпосередньо при видобуванні (чи до його вилучення), що особливо стосується корисних копалин, то він у своєму розвитку проходить три періоди ЖЦТ: початок продажу, зрілість і спад. В цьому випадку максимум об'єму продаж припадатиме на першу стадію і, відповідно, прибуток може мати найбільші показники. Якщо ресурс є інноваційним для певної території або галузі, він проходить п'ять періодів: розробка (видобування, обробка) товару, початок продажу, зростання, зрілість і спад (рис. 3.2.1).



I – розробка товару, II – початок продажу, III – зростання, IV – зрілість, V – спад

Рис. 3.2.1. Життєвий цикл товару (за [9, с. 28])

Так, наприклад, впровадження “зеленого” туризму вимагає новітніх підходів до рекреаційних ресурсів, тому розвиток рекреаційно-туристичного напрямку в межах заповідних територій знаходиться на першій стадії ЖЦТ. При цьому інтенсивна рекламна компанія проводиться на всіх можливих рівнях, залучаючи різні інформаційні мережі, в тому числі і Інтернет. До того ж “зелений туризм” – відносно новий вид діяльності, ще невідомий споживачу і не має альтернативних варіантів на українському ринку послуг.

Видобування корисних копалин для будівництва знаходиться на третій стадії ЖЦТ – зростання – (пісок, вапняк). Товари вже відомі на місцевому ринку і підприємство має стабільні прибутки.

Використання лікувальних грязей приморських територій півдня України знаходиться на стадії зрілості. Залучення новітніх підходів, впровадження інновацій та енергійної рекламної компанії може призвести до інтенсивного розвитку використання даного ресурсу.

Дослідження ринків природних ресурсів на регіональному рівні обумовлює необхідність відповідного регулювання природокористування в межах територіальних систем. На нашу думку доцільно визначити наступні кроки ринкового регулювання комплексного природокористування.

Першим кроком відповідного регулювання використання природних ресурсів виступає їх діагностика, як розглядає ресурси у межах їх життєвого циклу, що сприяє розробці чи вдосконаленню стратегії комплексного природокористування відповідно до певного часу, територіальної одиниці або економічної системи.

Другий крок – це аналіз динаміки ринків природних ресурсів та їх оцінка, що дозволили визначити фактичне положення справ на регіональному рівні в галузевому і товарному розрізі. Простежено угруповання показників, що характеризують систему ринків в періоди їх формування та розвитку та підкреслена визначальна оцінка діагностування ринків за допомогою ступеню збалансованості пропозиції та попиту, інформаційних свідчень про

наявність ресурсів та можливість їх реалізації на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Третій крок регулювання розвитку і функціонування ринків нерозривно пов'язаний з лібералізацією економіки. В наш час важлива діяльність відводиться оптимальному функціонуванню ринків, що стає можливим завдяки лібералізації механізму ринку, розширенню підприємництва, приватизаційних процесів, створенні інфраструктури ринку, відмови від нерентабельних виробників та роздрібних цін.

Четвертий крок обумовлює формування конкурентного ринку, шляхом вдосконалення регуляторної політики та поліпшення зовнішньоекономічної діяльності і спрямованості вітчизняного виробника на створення продукції, спроможної конкурувати на світових ринках. Підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіонів забезпечується утворенням конкурентоспроможних ринків на основі використання існуючого природно-ресурсного потенціалу.

В подальшому, через механізм ціноутворення формується система цін, яка відображається як вартість товарів і послуг, формуючи єдиний ринок на регіональному або міжрегіональному рівнях.

Новий науковий напрямок у методології ринкових досліджень – економічна діагностика. Вона виникла на основі синтезу методологічних економічних досліджень та прикладних методів і процедур, розроблених у соціології, математичній статистиці, технічній і медичній діагностиці. Методи економічної діагностики у вивченні регіональних ринків запропоновані в працях О.Т. Дмитрієвої (1992), О.С.Новосьолова (1996), Р.І.Шніпера (1993).

До системи регіональної діагностики слід віднести наступні елементи:

- економічна діагностика формування регіональних ринків та їхнього функціонування, включаючи оцінку взаємозв'язків між різними суб'єктами ринку, а також визначення тенденцій розвитку ринкових відносин та їхньої

можливої трансформації під впливом нових явищ у розвитку національної економіки й розміщення виробництва та споживання природних ресурсів;

- економічна діагностика і оцінка впливу соціально-економічних пропорцій регіонального відтворення на розвиток ринкових відносин, внутрішньо-регіональних та міжрегіональних зв'язків, характер територіальної організації регіональних ринків різного типу;

- економічна діагностика розміщення виробництва і споживання й виявлення на цій основі переваг та недоліків схем руху товарів й визначення диспропорцій як у структурі виробництва його розміщення, так і в структурі споживання.

Ці сукупності дозволяють діагностувати стан регіональних ринків, їхні внутрішні протиріччя та потенційні можливості для удосконалювання їхньої взаємодії. Діагностичні дослідження ринків природних ресурсів, відповідно до регіональних систем, дозволили проаналізувати їх передумови та тенденції їх розвитку; виділити фактори, які впливають на ринкову ситуацію в регіоні та рівень розвитку ринкової інфраструктури; прослідкувати інтенсивність міжрегіональних ринкових зв'язків (табл. 3.2.2).

Особливості діагностики ринків природних ресурсів, відповідно до регіональних систем

Типи регіонів	Передумови розвитку ринків природних ресурсів	Переважаючі тенденції розвитку ринків	Переважаючі фактори, які впливають на ринкову ситуацію	Рівень розвитку ринкової інфраструктури	Інтенсивність міжрегіональних ринкових зв'язків
1	2	3	4	5	6
Економічно розвинені промислові регіони	Відносно розвинений промисловий потенціал, що потребує ресурсів і є можливість їх комплексного використання	Розширення асортиментної структури товарної пропозиції на основі структурної перебудови господарства	Відносно високі доходи підприємств і населення, стійкий попит на ресурси	Розвинена торгово-посередницька, фінансово-кредитна, інформаційна інфраструктура	Розвинута структура різнорівневих зв'язків
Економічно розвинені аграрні регіони	Відносно розвинутий аграрний потенціал	Наявність якісних земельних ресурсів, удосконалювання яких можливе на основі нових технологій	Середній рівень доходів підприємств і населення, обмежений попит на інші ресурси	Відносно розвинена торгово-посередницька інфраструктура продовольчого ринку	Недостатньо розвинена структура торговельних, фінансових, інформаційних зв'язків

Продовження таблиці 3.2.2

1	2	3	4	5	6
Регіони, що розвиваються, зі структурою господарства, що формується	Відносно розвинений потенціал оновлюючих галузей спеціалізації, багатогранність ресурсів	Збільшення пропозицій у використанні ресурсів	Відносно високі доходи підприємств і населення, стійкий попит, не розвинена структура пропозиції	Формуюча торгово-посередницька, фінансово-кредитна інфраструктура	Інтенсивні фінансові і торговельні зв'язки по залученню інновацій
Депресивні регіони	Низький рівень розвитку економічного потенціалу, перевага не конкурентоспроможності ресурсного потенціалу	Підвищення конкурентноздатності товарів, шляхом зміни структури виробництва	Низький рівень доходів підприємств і населення, слабкий попит на ресурси, обмежена структура пропозиції	Низький рівень розвитку усіх видів ринкової інфраструктури	Слабка інтенсивність усіх видів міжрегіональних зв'язків

3.2.3. Організаційно-господарський механізм функціонування ринку земельних ресурсів

Земельний ринок є основою для ринку будівництва й реконструкції об'єктів нерухомості й бізнесу, тому багато в чому визначає можливості їхнього росту. Сегментація ринку землі представлена на рис 3.2.2.

<i>За суб'єктами цивільно-правових угод</i>			
Первинний		Вторинний	
<i>За суб'єктами земельної власності</i>			
Приватні землі		Публічні (суспільні) землі	
Громадян	Підприємств і організацій	Держави	Територіальної громади
<i>За метою використання</i>			
Для особистих потреб	Для підприємництва	Для державних та громадських потреб	
<i>За функціональним призначенням</i>			
Сільськогосподарські землі	Землі житлової забудови	Землі промисловості	Землі комерційного використання
<i>За ступенем облаштування</i>			
Неосвоєні	Освоєні, але не забудовані	Забудовані	
<i>За обсягом прав, що передаються</i>			
Повного права	Часткового права		
	Оренди	Забудови	Сервітуту
<i>За місцем розташування</i>			
Регіону	Населеного пункту	Району (масив) населеного пункту	

Рис. 3.2.2. Сегментація ринку землі

Наявність системи законодавчих актів, що регулюють земельні відносини, є ознакою розвиненого ринку. Згідно з Земельним кодексом України, який було прийнято у 2002 році, «до земель України відноситься вся земля в межах її території», яка відповідно до цільового призначення поділяється на окремі категорії:

- Землі сільськогосподарського призначення, у тому числі: сільськогосподарські угіддя та несільськогосподарські угіддя.
- Землі водного фонду, у тому числі зайняті: водними об'єктами, островами, прибережними захисними смугами уздовж морів, рік і навколо водойм, береговими смугами водних шляхів інші.
- Землі під жилою й суспільною забудовою.
- Землі природно-заповідного фонду й іншого природоохоронного призначення, у тому числі зайняті: біосферними заповідниками, природними заповідниками, національними природними парками, регіональними ландшафтними парками, інші.
- Землі лісового фонду.
- Землі оздоровчого призначення.
- Землі історико-культурного призначення.
- Землі рекреаційного призначення.
- Землі промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони й іншого призначення, у тому числі: землі промисловості, землі транспорту, землі зв'язку, землі енергетики, землі оборони, інші.

У земельному законодавстві виділені такі основні групи суб'єктів ринку землі: «громадяни, юридичні особи, органи місцевого самоврядування, органи державної влади». Визначення інвестиційної привабливості землі як об'єкта для інвестування вимагає обов'язкового прогнозування тенденцій розвитку ринку нерухомості. Методологія вивчення цього процесу повинна

враховувати особливості окремих категорій земель як товару. Особливо це стосується ринку міських земель та сільськогосподарських.

Урбаністична концентрація населення та виробництва робить міські землі унікальним ресурсом. Займаючи лише відсотки від загальної площі території України, міста концентрують понад дві третини населення, більш 75% основних промислово-виробничих фондів, майже 95% фінансово-кредитних і науково-дослідних установ: зосереджують основні соціальні, виробничі, інформаційні та управлінські зв'язки.

Це створює для користувачів міських земель виключно сприятливі можливості для господарювання та підприємництва. Саме в цьому полягає причина великої привабливості міст, насамперед великих, що мають могутній багатофункціональний виробничий, науковий та культурний потенціал.

Таким чином, цінність міських земель полягає в їх здатності приносити додатковий прибуток, що виникає в містах, перш за все, завдяки зручності місцеположення відносно ринків ресурсів і збуту та інфраструктурному облаштуванню території. За можливості отримання цього прибутку власно й справляється плата за міські землі. Вона повинна відповідати грошовій сумі, яка, якщо її покласти в банк, дасть у вигляді відсотків з внеску прибуток такого ж розміру, що й рентний доход, котрий щорічно отримується з даної земельної ділянки. Тобто ціна землі - це капіталізована земельна рента.

Виникнення відносин власності на землю як фактор матеріального виробництва та іншої соціальної діяльності зумовлює економічний характер земельних відносин, в основі яких лежить земельна рента.

Рента – це взагалі, той вид доходу, що формується з урахуванням яких-небудь особливих переваг або сприятливих умов. Подібними перевагами можуть бути для хлібороба – родючість ґрунту або вигідних умов місця розташування, для промисловця – володіння секретом виробництва або пільги.

Хоча особливості прояву земельної ренти на землях, віднесених до різних категорій, суто індивідуальні, закони ренти утворення єдині для всіх земель. Виділяють такі основні форми земельної ренти: абсолютну, диференціальну, монопольну.

Особливості утворення земельної ренти в сільському господарстві зумовлені тим, що земля в сільському господарстві виступає не лише матеріальним, але й активним фактором виробництва.

Диференціальна земельна рента характеризується відмінностями у природних умовах, які призводять до того, що при однакових витратах на різних за якістю й місцю розташування землях виробляється різний обсяг продукції, а відповідно й неоднаковий додатковий дохід, який і є матеріальною основою ренти.

Фактори, які впливають на утворення диференціальної ренти у сільськогосподарському виробництві, поділяють на об'єктивні (родючість земельних ділянок, їхнє місце розташування) і суб'єктивні, що залежать в основному від підвищення інтенсивності ведення господарства, продуктивності праці тощо. Тому за способом утворення земельну ренту поділяють на два види: диференціальну ренту I (утворюється під дією об'єктивних факторів при одному й тому ж рівні інтенсивності ведення господарства) та диференціальну ренту II (у результаті дії суб'єктивних факторів на одних і тих же земельних ділянках).

Абсолютна земельна рента зумовлена монополією власності на землю. Тобто власник землі надає земельну ділянку в оренду тільки за плату навіть тоді, коли земельна ділянка має найгірші показники за якістю й розташуванням. В цьому випадку за умови, що попит на продукцію, яку виробляють у даній місцевості, перевищуватиме її виробництво, складатимуться вищі ринкові ціни на продукцію, що забезпечить одержання прибутку, який і набирає форми абсолютної ренти.

Умовами утворення монопольної ренти є обмеженість і невідтворюваність земель особливої якості чи певні кліматичні умови. Для

цих земель характерно те, що лише на них і тільки таких природно-кліматичних умовах можливе виробництво сільськогосподарської продукції з особливими характеристиками. Оскільки виробництво специфічної продукції не може бути збільшене за рахунок розширення регіону вирощування та залучення до сільськогосподарського обігу нових земель, а постійний і високий попит на цю продукцію не задовольняється, виникає можливість встановлення монопольне високих цін. Різниця між монопольними цінами й витратами на виробництво і становить монопольну ренту, яка залишається у землевласника.

Ринок землі, на відміну від більшості ринків, менш організований і має наступні відмінності від конкурентного ринку:

- об'єкти на ринку землі складно стандартизувати, сортувати й купувати за зразками, оскільки кожна земельна ділянка має конкретне місце розташування й фізичні характеристики, крім того, цінність ділянки в значній мері залежить від зовнішнього оточення;

- пропозиція на ринку землі нееластична. У цьому проявляється одна з особливостей землі як вільно не відтвореного товару. Попит менш еластичний, чим на інших ринках, і багато в чому залежить від місця розташування ділянки.

- пропозиція та попит, як правило, не збалансовані, і можливості приведення їх у рівновагу за допомогою цін обмежені;

- на ринку землі як товар виступають права на об'єкти. Самі земельні ділянки мають фіксоване положення. Угоди із земельними ділянками зачіпають багато юридичних формальностей і вимагають документального оформлення й державної реєстрації. Тому операції на ринку землі пов'язані зі значними витратами на перевірку прав власності й реєстрацію;

- інформація на ринку земельних ділянок не настільки відкрита, як на ринках цінних паперів або споживчих товарів, оскільки угоди з нерухомістю часто мають конфіденційний характер, що збільшує ризики інвесторів;

- угоди із земельними ділянками вимагають порівняно великих

інвестицій, тому розвиток ринку земельних ділянок сильно залежить от можливостей позичкового фінансування, зокрема від вартості залучення кредитів на освоєння землі;

- ринок землі відрізняється високим ступенем державного регулювання законодавчими нормами й зонуванням територій. Ефективне місцеве управління підвищує інвестиційну привабливість територій і активно використовується в деяких містах, для внесення земельних ділянок у багато проектів;

- для українського ринку землі характерна відносно низька ліквідність об'єктів купівлі-продажу порівняно з розвиненими країнами. Це пояснюється процесом становлення земельного законодавства й поділом державної власності на землю, створенням Державного земельного кадастру, нерозвиненістю багатьох сегментів ринку (наприклад, сільськогосподарських угідь), що стримує розвиток ринку й не дозволяє реалізувати основний ринковий принцип — ефективне управління власністю.

Ринкова вартість земельних ділянок складається в процесі взаємодії попиту та пропозиції. Взаємодія попиту та пропозиції виражає взаємозалежність між зростаючою потребою в земельних ділянках у процесі соціально-економічного розвитку суспільства й природною обмеженістю їхньої пропозиції.

Попит та пропозиція на земельні ділянки формуються під впливом численних факторів, які можна розділити на чотири групи.

Перша група — економічні фактори, що залежать від макроекономічного стану й економічної ситуації в регіоні.

На попит на землю впливають:

- рівень зайнятості населення;
- величина доходів і цін;
- доступність зовнішніх джерел фінансування (ступінь розвитку іпотеки, вартість кредиту);
- витрати по оформленню й реєстрації угод.

На пропозицію землі впливають:

- кількість пропонованих ділянок землі;
- витрати на освоєння й виробництво будівельних робіт;
- податки з продажів.

Друга група – соціальні й демографічні фактори: чисельність і щільність населення в даному регіоні; віковий і професійний склад та інші.

Третя група – фактори, обумовлені державним регулюванням ринку землі:

- правове регулювання земельного ринку на державному й регіональному рівні;
- територіально-економічне зонування;
- політика держави в сфері оподаткування, ціноутворення, кредитування, інвестицій.

Четверта група – фактори, що відображають фізичні характеристики ділянки і вплив навколишнього середовища (місця розташування):

- природно-кліматичні умови, тривалість пір року, водний режим;
- фізичні характеристики ділянки (тип ґрунту, рельєф, форма ділянки);
- схильність району місця розташування земельної ділянки до негативних впливів;
- природні фактори: затоплення, посуха, зсуви, землетруси, сильні вітри, надмірна вологість;
- екологічні фактори: зміна хімічних: властивостей атмосфери, ґрунти й води, електромагнітне й радіаційне випромінювання, підвищений рівень шуму, зміна природної освітленості й ін.

При кадастровій оцінці земель населених пунктів враховується вплив наступних груп факторів:

- віддаленість ділянки від центру міста, об'єктів культури й побутового обслуговування загальноміського значення;

- забезпеченість централізованим-інженерним устаткуванням і благоустроєм території, транспортна доступність до місць праці;
- рівень розвитку сфери культурно-побутового обслуговування населення в межах ділянки, мікрорайону, кварталу;
- історична цінність забудови, естетична й ландшафтна цінність території;
- стан навколишнього середовища, санітарні й мікрокліматичні умови;
- інженерно-геологічні умови будівництва й ступінь схильності території руйнівним природним і антропогенним впливам;
- рекреаційна цінність території.

Складність аналізу попиту залежить від цільового використання земельної ділянки й зростає від незабудованих ділянок до вже освоєних міських територій.

Крім перерахованих вище об'єктивних (зовнішніх) факторів, на попит на міські землі впливають й суб'єктивні фактори (вторинний попит). До них відносять: особливий інтерес покупців до даного об'єкта, що пояснюється, наприклад інтересом до ділянки, вплив реклами, особливі умови продавця або покупця (обмеження в часі, схеми фінансування угоди й ін.), прагнення покупця до монополії на даному сегменті ринку.

Співвідношення попиту та пропозиції визначає поточний рівень цін на земельні ділянки. На земельному ринку можливі три ситуації. Якщо попит дорівнює пропозиції, то ціни близькі до суспільно-нормального рівня. Коли попит перевищує пропозицію, з'являються спекулятивні очікування, і ціни продажу земельних ділянок ростуть. Виникає небезпека протекціонізму й корупції. Нарешті, якщо пропозиція перевищує попит, то ціни знижуються, і земельний ринок приходить у депресивний стан.

Співвідношення попиту та пропозиції як основа механізму ринкового саморегулювання пояснює більшість розходжень у ціні земельних ділянок залежно від їхнього цільового призначення, дозволеного використання й

місця розташування, тобто перебувають у населених пунктах або за їхніми межами, у центрі або на окраїні міст.

Внаслідок нерозвиненості земельного ринку в Україні й наявності численних обмежень на всіх рівнях адміністративної влади ціни на земельні ділянки не завжди в повній мірі відображають співвідношення попиту та пропозиції.

Аналіз ринку забезпечує основу для визначення найбільш ефективного використання землі. Максимальна ефективність використання земельної ділянки або майбутнього будівельного об'єкта для конкретного виду користування може бути визначена тільки після того, як буде доведено, що є відповідний рівень ринкового попиту для даного виду використання.

Аналіз загального стану земельного ринку проводиться за такими напрямками:

- сегментування земельного ринку;
- ціни на об'єкти-аналоги;
- вплив найважливіших параметрів на ціну;
- прогноз цін на об'єкти інвестицій;
- вплив місця розташування на ціну;
- законодавча й нормативна база;
- пропозиція, попит і кількість угод;
- оцінка ліквідності;
- потік доходів;
- економічна й макроекономічна ситуація;

прогнозування стану ринку.

Основними цілями аналізу земельного ринку є рівень цін; стан ринку; доступність і ліквідність земельних ділянок; ефективність інвестицій у земельні ділянки.

Для забезпечення комплексності дослідження розраховується певний набір показників стану земельного ринку, що характеризують:

а) цінову ситуацію: середні за період ціни пропозиції й угод (продажу, покупки, оренди) земельних ділянок на вторинному й первинному ринках, диференційовані за видами використання й районам міста й узагальнені за сукупністю угод (пропозицій), розмах індивідуальних позначок у вибірках і обсяг вибірок, частотний розподіл цін у вибірках (гістограма), середньоквадратичне відхилення вибірок і погрішності у визначенні середніх позначок;

б) кон'юнктуру попиту та пропозиції: обсяг і структуру попиту та пропозиції, характеристику продавців і покупців, співвідношення попиту та пропозиції різних ділянок на первинному й вторинному ринках;

в) активність ринку: число фірм, що працюють на ринку; число зареєстрованих угод купівлі-продажу, оренди, застави на первинному й вторинному ринках по фірмі й по городу в цілому, відношення цих величин до обсягу пропозиції, попиту, диференційовані по видах використання й районам міста й узагальнені по сукупності угод;

г) ліквідність об'єктів: середній за місяць час експозиції (час від моменту виставляння на продаж до моменту продажу) земельних ділянок на первинному й вторинному ринках, диференційовані за різними видами використання й районам міста й узагальнені за сукупністю угод.

В процесі дослідження земельного ринку вирішуються наступні завдання:

- аналіз і оцінка поточного стану показників;
- дослідження динаміки показників;
- порівняльний аналіз динаміки показників по різних сегментах ринку;
- дослідження найважливіших факторів, що впливають на зміну показників;
- прогнозування тенденцій зміни показників.

3.3. Оцінка ситуації на ринку послуг

3.3.1. Особливості ринку праці Одеської області

Ринок праці, як невід'ємний атрибут ринкової економіки, належить до найважливіших складових національного ринку, що цілком природно впливає з ролі праці в економічному процесі. Цей ринок виступає регулятором зайнятості та розподілу працездатного населення за галузями, сферами діяльності та секторами економіки.

Згідно з макроекономічним підходом, ринок праці – це:

- форма взаємозв'язку між найманими робітниками та власниками капіталу і засобів виробництва;
- система економічних відносин, які виникають у процесі відтворення робочої сили;
- сфера формування попиту і пропозиції на робочу силу;
- середовище накопичення, відтворення, «реновації», використання людського капіталу;
- багатопланова сфера економічного і соціально-політичного життя суспільства з усім сектором та ієрархічною детермінованістю зв'язків із навколишнім світом;
- система суспільних відносин, пов'язаних із наймом та пропозицією праці, тобто з її купівлею та продажем;
- механізм, що забезпечує узгодження ціни й умов праці між працедавцями та найманими робітниками;
- механізм чи «інститут взаємодії споживачів праці та її постачальників, тобто юридичних або фізичних осіб, з одного боку і конкретних фізичних осіб, які мають фізичні та розумові здібності, професійні знання та навички – з іншого». [4, с.208]

Ринкові умови господарювання спричинили появу категорії безробітних, безоплатних адміністративних відпусток працівників, вимушеного скорочення їх робочого дня чи тижня, інші болючі проблеми. Разом з тим

почали формуватися національний та регіональні ринки праці. Ринок праці можливо розглядати як систему взаємовідносин робочої сили, капіталу та держави.

Механізм його функціонування може по різному впливати на розвиток економіки: сприяти її росту чи спричиняти соціальну напруженість. Тому державне регулювання ринку праці, як і в цілому управління процесами зайнятості, неможливе без реалізації функцій планування, прогнозування та їх забезпечення аналітичною інформацією.

Ефективність управління зайнятістю, насамперед, визначається рівнем розвитку інфраструктури ринку праці. В сучасній науковій літературі інфраструктуру ринку праці трактують як сукупність взаємопов'язаних елементів, складові ланки яких є представниками інтересів суб'єктів ринку праці та носіями функцій із забезпечення їх діяльності. Серед блоків інфраструктури ринку праці, на нашу думку, основними є правові основи ринку праці, координаційні комітети зайнятості, центри зайнятості та інформаційно-аналітична інфраструктура ринку праці. Мета розвитку інформаційно-аналітичної інфраструктури ринку праці визначається такими проблемами як досягнення збалансованості попиту та пропозиції робочої сили, попередження зростання безробіття і соціальної напруги, та зростання конкурентоспроможності і фахової мобільності робочої сили.

За ринкових відносин фактор зайнятості населення є визначальним у формуванні соціально-економічного стану суспільства в цілому і кожного регіону зокрема. Тому однією з найважливіших функцій державного управління в регіоні, як і в державі в цілому, є вивчення та адекватне отриманому результату регулювання процесів зайнятості населення.

Рівень зайнятості населення з одного боку виступає важливим чинником, який впливає на інтенсивність демографічних процесів, з іншого боку, слід зауважити, що загальне скорочення чисельності населення в країні веде до скорочення зайнятості населення у трудовому процесі.

Тому, розглядаючи цю проблему слід починати її дослідження з аналізу демографічних тенденцій, які відбуваються в Україні в цілому, а також в регіоні, що досліджується, і трудових ресурсів як потенційних носіїв робочої сили і головного елементу продуктивних сил суспільства. На основі статистичних щорічників України та Одеської області розглянемо динаміку та структуру населення України (див .табл. 3.3.1.).

Таблиця 3.3.1

Динаміка і структура населення України і Одеської області

	Одиниця виміру	2001р.	2006р.	2007р.	Зміни 2007р. до 2001 р.	
					абсол.	в %
1. Наявне населення України	млн. осіб	48,9	46,9	46,6	- 2,3	95,3
в т.ч. міське	-//-	32,9	31,9	31,8	- 1,1	96,6
сільське	-//-	16,0	15,0	14,8	- 1,2	92,5
2. Відсотків до всього населення: в т. числі						
міське	%	67,3	68,2	68,2		+ 0,9
сільське	%	32,7	31,8	31,8		- 0,9
3. Наявне населення Одеської області	тис. осіб	2469,0	2402,2	2395,5	- 73,5	97,0
в т.ч. міське	-//-	1624,6	1587,7	1585,4	- 39,2	97,6
сільське	-//-	844,4	814,5	810,1	- 34,3	95,9
4. % до всього населення:						
міське	%	65,8	66,1	66,2		+ 0,4
сільське	%	34,2	33,9	33,8		- 0,4
5. Кількість народжених в Одеській області в т.ч.						
у містах	осіб	23345	25113	26759	+ 3416	114,6
у селах	осіб	13937	14984	16106	+ 2169	115,5
	осіб	9406	10129	10653	+ 1247	113,3
6. Кількість померлих всього в т. числі						
у містах	осіб	38864	39184	38835	- 29	99,9
у селах:	осіб	22813	23005	22984	+ 171	100,7
	осіб	16051	16178	15851	- 200	98,7
7. Природний приріст всього в т. числі						
у містах	осіб	-15521	-14070	-12076	- 3445	77,8
у селах	осіб	-8876	-82021	-6878	- 1998	77,5
	осіб	-6645	-6049	-5198	- 1447	78,2

Як видно з таблиці за період 2001 – 2007 р.р. спостерігається постійне зменшення чисельності наявного населення як в Україні, так і в Одеській області.

Так за цей період населення України скоротилось на 2,3 млн. осіб, або на 4,7%, а по Одеській області на 73,5 тис. осіб, або на 3%. В місті Одесі за цей період населення зменшилось на 30,1 тис. осіб, чи на 2,9%.

Незважаючи на те, що в структурі населення України міське складає 68,2%, а сільське – 31,8%, за період з 2001 – 2007 р.р. міське і сільське населення зменшилось відповідно на 1,1 і 1,2 млн. осіб, тобто більш високими темпами скорочувалась чисельність сільського населення. Аналогічна ситуація склалась і по Одеській області де загальна кількість населення зменшилась на 73,5 тис. осіб тобто на 3%, у тому числі міське на 2,4%, що склало 39,2 тис. осіб, а сільське на 4,1% тобто 34,3 тис. осіб.

Головними причинами природного скорочення населення України є зменшення народжуваності, збільшення смертності та міграційні процеси. Так, за даними статистики на кожну тисячу постійних мешканців в Одеській області у 2007 р. народжувалось 11 осіб (по Україні – 9), у тому числі: у міських поселеннях – 10,1 осіб, сільській місцевості – 13,1 осіб. Слід зазначати, що Одеська область займає 7 місце по народжуваності в Україні після Закарпатської, Рівненської, Волинської, Чернівецької, Івано-Франківської і Львівської областей і 3 місце по смертності після Чернігівської і Сумської областей. В середньому на кожну тисячу населення Одеської області померлі у 2007 році склали 17 осіб, у тому числі: у сільській місцевості 20 осіб, а в міських поселеннях – 15. [8, с.347]

Головним індикатором збалансованості ринка праці є зайнятість населення, яку можливо розглядати в напрямках використання: економічно активного населення працездатного і старше працездатного віку за статтю та місцем проживання, видами економічної діяльності, віковими групами.

Відповідно до закону України про зайнятість населення економічно активне населення – це та частина населення, яка пропонує свою працю для

виробництва товарів і надання різноманітних послуг. Кількісно ця група населення складається із зайнятих і безробітних, які на даний момент не мають роботи, але бажають її одержати.

Економічно неактивне населення – це та частина населення, яка не входить до складу ресурсів праці. До них належать:

- учні, студенти, курсанти, які навчаються в денних навчальних закладах;
- особи, які одержують пенсію за віком або на пільгових умовах;
- особи, які одержують пенсію у зв'язку з інвалідністю;
- особи, зайняті веденням домашнього господарства, доглядом за дітьми, хворими родичами;
- особи, які не можуть знайти роботу, припинили її пошук, вичерпавши всі можливості, проте вони можуть і готові працювати;
- інші особи, яким немає необхідності працювати незалежно від джерела доходу.

В Україні до **зайнятого населення** належать громадяни, що проживають на території держави на законних підставах:

а) працюючі по найму на умовах повного або неповного робочого дня (тижня) на підприємствах, в установах і організаціях, незалежно від форм власності, у міжнародних та іноземних організаціях в Україні і за кордоном;

б) громадяни, які самостійно забезпечують себе роботою, включаючи підприємців, осіб, зайнятих індивідуальною трудовою діяльністю, творчою діяльністю, члени кооперативів, фермери та члени їх сімей, що беруть участь у виробництві;

в) обрані, призначені або затверджені на оплачувану посаду в органах державної влади, управління та громадських об'єднаннях.

г) які проходять службу в Збройних Силах України, Службі безпеки України, Державній прикордонній службі України, військах внутрішньої та конвойної охорони і Цивільної оборони України, органах внутрішніх справ

України, інших військових формуваннях, створених відповідно до законодавства України, альтернативну (військову) службу;

д) які проходять професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації з відривом від виробництва; навчаються в денних загальноосвітніх школах і вищих навчальних закладах;

е) працюючі громадяни інших країн, які тимчасово перебувають в Україні і виконують функції, не пов'язані із забезпеченням діяльності посольств і місій.

Безробітними визначаються працездатні громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів і зареєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні приступити до підходящої роботи.

Безробітні визначені за методологією МОП – це особи віком 15-70 років, які одночасно відповідають трьом основним умовам:

а) не мали роботи (прибуткового заняття);

б) активно шукали роботу або намагались організувати власну справу впродовж останніх 4-х тижнів, що передували опитуванню, тобто робили конкретні кроки, протягом останніх чотирьох тижнів, з метою знайти оплачувану роботу за наймом чи на власному підприємстві;

в) були готові приступити до роботи впродовж 2-х найближчих тижнів, тобто почати працювати за плату за наймом або на власному підприємстві.

До категорії безробітних відносяться також особи, які не шукають роботу через те, що вже її знайшли і мають домовленість про початок роботи через певний проміжок часу, а також ті, що проходять навчання за направленням державної служби зайнятості населення.

В обліку зайнятості населення виділяється категорія економічно неактивного населення (поза робочою силою) – особи, які не можуть бути класифіковані як «зайняті» або «безробітні». До складу цієї категорії населення належать: учні та студенти; пенсіонери за віком, по інвалідності та на пільгових умовах; особи, які зайняті в домашньому господарстві,

вихованням дітей та доглядом за хворими; особи які зневірились знайти роботу; інші особи, які не мали необхідності у працевлаштуванні, та ті що шукають роботу, але не готові приступити до неї найближчим часом.

Характеристика населення Одеської області за економічною активністю приведена в таблиці 3.3.2.

Таблиця 3.3.2

**Динаміка населення Одеської області
за економічною активністю**

(тис. осіб)

	2000 р., тис. осіб	2006 р, тис. осіб.	2007 р., тис. осіб.	Темп росту %
1. Економічно активне населення працездатного віку	1151,3	1095,2	1108,2	96,2
старше працездатного віку	1051,5	1006,9	1015,4	96,6
	99,8	88,3	92,8	93,0
2. Зайняті працездатного віку	1015,0	1039,2	1059,7	104,4
старше працездатного віку	918,7	950,9	966,9	105,2
	96,3	88,36	92,8	96,3
3. Безробітні працездатного віку	136,3	56,0	48,5	35,6
старше працездатного віку	132,8	56,0	48,5	36,5
	3,5	-	-	-
4. Економічно неактивне населення працездатного віку	703,0	752,7	737,9	105,0
старше працездатного віку	441,1	486,6	477,3	108,2
	261,9	266,1	260,6	99,5

Як видно з таблиці 3.3.2 за період 2000-2007 рр. кількість економічно активного населення зменшилась на 43,1 тис. осіб, тобто на 3,8% в тому числі за рахунок працездатного населення на 35,9 тис., або на 4,4%.

За цей період простежується прогресивна тенденція збільшення зайнятості населення на 4,4% в основному за рахунок осіб працездатного

віку в кількості 48,2 тис. осіб, що пов'язане з підвищенням обсягів виробництва в промисловості, будівництві і сфері послуг, особливо торгівлі і нерухомості.

За цей період скоротилась кількість безробітного населення на 64,4% тобто на 100,7 тис. осіб, що підвищило рівень зайнятості населення Одещини з 80,2% до 88,6%.

Кількість економічно неактивного населення зросла на 5% в тому числі за рахунок працездатного населення на 8,2%.

Відносно структури економічно активного населення за статтю та місцем проживання, то в 2007 р. частка чоловіків складала 55% відповідно жінки – 45%, в тому числі на долю міського населення приходилось 67,6% всього економічно активного населення. Одночасно відмічається більш високий рівень зайнятості жінок 97,2% відносно зайнятості чоловіків, яка склала 94%.

В Одеській області чисельність економічно активної молоді віком 15-34 роки на кінець 2007 р. становила 412,3 тис. осіб, а її питома вага в загальній кількості населення – склала 37,2%.

За віковими ознаками самий високий рівень зайнятості спостерігався на Одещині у віці 40-49 років (81%), в тому числі чоловіків – 84,0%, а жінки – 78,3%, а самий низький рівень зайнятості (33,6%) молоді вікової групи 15-24 років, в тому числі жінок 25,3%, а чоловіків 40,9%. Рівень зайнятості міського населення цієї категорії значно нижче сільського населення 30,9% та 39,1% відповідно.

Одночасно слід зауважити, що самий високий рівень безробіття 9,1% склався саме в цій віковій категорії, що видно з таблиці 3.3.3.

Той факт, що молодь є специфічною соціально-економічною групою населення, яка потребує додаткових заходів підтримки на ринку праці, підтверджується аналізом рівня безробіття.

Дані статистики свідчать, що причини безробіття молоді мають специфічний характер і суттєво розрізняються її віковими групами.

Рівень зайнятості та безробіття населення Одеської області за статтю та місцем проживання, за віковими групами у 2007 р.

(відсотків до кількості всього населення відповідної вікової групи)

	Всього	У тому числі за віковими групами						
		15-24	25-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60-70
Рівень зайнятості								
Все населення	57,4	33,6	71,0	72,6	76,8	81,0	63,2	22,0
жінки	50,3	25,3	54,9	65,8	73,5	78,3	54,9	17,7
чоловіки	65,2	40,9	86,6	79,2	80,0	84,0	73,9	28,5
міське населення	56,9	30,9	71,1	73,1	76,5	82,5	63,7	18,5
сільське насел.	58,4	39,1	70,9	71,4	77,5	78,0	62,2	29,0
Рівень безробіття								
Все населення	4,4	9,1	4,4	5,0	9,4	2,0	1,7	0,0
жінки	2,8	6,9	7,5	0,5	4,7	1,2	1,7	0,0
чоловіки	5,7	10,3	2,4	8,4	13,2	2,9	1,7	0,0
міське населення	5,2	10,9	5,2	6,2	12,4	2,4	0,7	0,0
сільське насел.	2,6	5,9	2,5	2,4	1,9	1,2	3,7	0,0

Переважна більшість (36,9 тис. осіб) безробітних віком 15-24 роки не змогли працевлаштуватись після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів I-IV рівня акредитації. Серед вікової групи 15-24 роки при загальному рівні безробіття 9,1% безробіття міського населення склало 10,9%. Високий рівень безробіття (9,4%) склався і серед вікової групи (35-39) р., в тому числі серед чоловіків він досягнув самого високого рівня в 2007 році 13,2%. Те, що однією з основних причин безробіття молоді є неможливість працевлаштуватися після закінчення навчальних закладів,

свідчить про існування серйозних проблем у сфері регулювання професійної орієнтації та підготовки кадрів.

Причини економічної неактивності молоді також сильно відрізняються від решти населення. Серед молоді 15-24 роки основною причиною неучасті в ринку праці є навчання (81,1%). Інші причини для неї малозначущі. Разом з тим, 1,3% уже встигли зневірившись у пошуках роботи.

Основною причиною економічної неактивності вікової групи 25-29 років є зайнятість у домогосподарстві (57,3%), що найчастіше викликано формуванням сім'ї та народженням дітей. Частка зневірених знайти роботу становить 5,2%.

Подібна ситуація спостерігається й у віковій групі 30-34 роки. Основна причина економічної неактивності для цієї вікової групи – зайнятість у домогосподарстві (53,5%), 6,5% - зневірені в можливості знайти роботу.

Підсумовуючи аналіз причини безробіття та економічної неактивності молоді, можна дійти висновку, що в Одеській області не використовується значна частина трудового потенціалу молоді. Наявні серйозні проблеми з працевлаштуванням молоді, яка шукає своє перше робоче місце, у тому числі після закінчення спеціальних навчальних закладів. Пошуки роботи потребують тривалого часу, і значна частина молоді вже встигла зневірившись у пошуках роботи.

Важливою характеристикою регіонального ринку праці є показники зайнятості населення за видами економічної діяльності, які складаються в залежності від спеціалізації та природно кліматичних умов регіону. Так динаміка і структура населення за видами економічної діяльності в Одеській області приведена в таблиці 3.3.4.

Як видно з таблиці 3.3.4 за останні роки в галузевій структурі зайнятості населення сталися деякі зміни. Так в цілому кількість зайнятого населення збільшилося з 1015,0 тисяч осіб до 1059,7, тобто на 4,4%. Значно скоротилась кількість зайнятого населення в сільському господарстві на 29,2%, що пов'язано з реформуванням власності та перерозподілом землі. В

промисловості кількість зайнятого населення зменшилась на 16,7%. Найбільш інтенсивне збільшення зайнятості у 2007 р. спостерігається в торгівлі, будівництві, фінансовій діяльності, освіті, а також в сфері надання комунальних та індивідуальних послуг і операціях з нерухомістю.

Таблиця 3.3.4

**Динаміка і структура зайнятості населення
за видами економічної діяльності**

	2000		2007		2007 до 2009
	тис. осіб	%	тис. осіб	%	
Всього зайнято	1015,0	100	1059,7	100	95,8
Сільське господарство, мисливство та лісове гос-во	296,0	26,5	190,4	18,9	70,8
Промисловість	130,4	12,8	108,6	10,2	83,3
Будівництво	41,9	4,1	48,8	4,1	116,5
Торгівля. Діяльність готелів та ресторанів	153,2	15,0	234,2	22,1	152,8
Транспорт та зв'язок	112,8	11,1	121,3	11,4	107,5
Фінансова діяльність	8,2	0,8	19,2	1,8	234,1
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	50,4	5,2	66,8	6,3	132,5
Державне управління	61,7	6,0	56,5	5,3	91,5
Освіта	77,3	7,0	92,2	8,7	119,0
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	78,6	7,7	73,0	8,7	92,8
Інші види економічної діяльності	31,5	3,1	48,7	4,6	154,6

Зростання обсягів зайнятості відбувалося за рахунок збільшення кількості працюючих у секторі самостійної зайнятості за рахунок скорочення чисельності найманих працівників. Частка найманих працівників порівняно з 2005 роком скоротилась на 1,8 в.п., у тому числі в сільській місцевості на 2,5 в.п.

Показник зайнятості населення в 2007 р. в цілому по Україні становив 81,0%, у тому числі в міській місцевості – 92,1%, а сільській – 54,0%. Кожен

тринадцятий найманий працівник працював на умовах усної домовленості з роботодавцем [9, с.17].

Серед зайнятого населення віком 15-70 років питома вага осіб, які самостійно забезпечували себе роботою у 2006 р. становила 19% проти 18% в 2005 р.

Розвиток самостійної зайнятості відбувався переважно за рахунок розширення неформального сектору економіки. Кількість зайнятих у цьому секторі економіки у 2006 р. становила до 22% загальної кількості зайнятого населення віком 15-70 років.

Неформальний сектор економіки у 2005-2007 р. був єдиним місцем прикладання праці для кожної другої особи з-поміж зайнятих сільських жителів. Проте в міській місцевості зайнятість у цьому секторі не набула суттєвого поширення завдяки сприятливішій кон'юктурі на ринку праці та наявності попиту на робочу силу в офіційному секторі. Внаслідок поширення зайнятості в особистих селянських господарствах сільськогосподарське виробництво переважає в неформальному секторі економіки. На зайнятих у неформальному секторі припадає 69,8% усіх зайнятих в сільському господарстві. Неформальна зайнятість поширена також у торгівлі, будівництві, транспорті та зв'язку [9, с.18].

В Одеській області зростання зайнятості населення відбувалось внаслідок підвищення рівня самостійної зайнятості на фоні загального зменшення чисельності найманих працівників підприємств, установ та організацій зареєстрованого сектору економіки, яка за період з 1995-2007 рр. скоротилась з 835,9 до 543,6 тис. осіб тобто на 35% [7, с.365].

Зростання кількості працюючих в секторі самостійної занятості відбувалося, в першу чергу, за рахунок осіб, зайнятих в особистих підсобних господарствах та найманих працівників, зайнятих у фізичних осіб.

Внаслідок реформування відносин власності в сільському секторі економіки численність найманих працівників підприємств сільського

господарства Одеської області скоротилась з 200,6 тис. осіб в 1995 р. до 48,7 тис. осіб в 2007 р. тобто в 4,2 рази.

За останні роки в Одеській області простежувалась тенденція до поліпшення кон'юнктури ринку праці, яка характеризувалась підвищенням попиту на робочу силу, а в деяких місцях і перевищенням його над пропозицією по окремим професіям.

За 2001-2005 рр. чисельність вільних робочих місць по Одеській області зросла в 3,3 рази, проте пропозиція робочої сили на ринку праці – на 80,1%, а навантаження на одне робоче місце зменшилось на 40% [8, с.373-374]. Але пропозиція робочої сили не завжди відповідає потребам в ній за категоріями робочих місць і саме цим можливо пояснити зростання потреби підприємств у працівниках відповідної спеціальності. Так у 2005 р. порівняно з 2003 р. потреба в робочих місцях, які потребують професійної підготовки зросла на 6,4 відсоткового пункту, але знизилась потреба у робітниках і службовцям відповідно на 1,0 і 5,4 відсоткового пункту. Разом з тим, за цей період в області питома вага службовців зросла на 5,5 відсоткового пункту, а працівників які займали місця, що потребують професійної підготовки, навпаки, зменшились на 8,6 відсоткового пункту [6, с.224].

За період 2005-2008 рр. кількість зареєстрованих громадян не зайнятих трудовою діяльністю, що складають попит на робочі місця зменшилась на 4792 осіб тобто на 15%, одночасно потреба підприємств у працівниках (вільні вакансії) збільшилась на 25,3%, що значно знизило навантаження на одне вільне робоче місце з 7 до 5 осіб, тобто на 28,6%. Продовжувався процес скорочення кількості безробітних та рівня безробіття.

Так, на 1 січня 2008 р. кількість безробітних (за методологією МОП) зменшилась на 19,5%, а кількість осіб які мали статус безробітних на 15,5% тобто на 4865 осіб. Рівень зареєстрованого безробіття у цей період змінювався від 2,1 до 1,8%, а рівень безробіття визначений за методологією МОП становив біля 4,8%.

Станом на 1 січня 2008 р. найвищий рівень безробіття зафіксовано в Любашівському (10,2%), Ширяєвському (8,8%), Савранському (7,7%), Фрунзівському (6,4%), Миколаївському (6,3%), Ананьївському (6,3), Великомихайлівському (6,1%) районах.

Основними причинами високого рівня безробіття в зазначених районах є відсутність необхідної кількості вакансій, недостатній рівень мотивації до праці, підвищення кваліфікаційних вимог з боку роботодавців до найманих працівників.

Наряду з цим у містах Іллічівськ, Одеса, Южне, Овідіопільському, Біляївському та Комінтернівському районах рівень безробіття становив відповідно: від 0,2 до 0,8%.

Структура чисельності громадян, зареєстрованих у службі зайнятості станом на 1 січня 2008 року істотно не змінилась 55,3% - жінки, 30,7% - віком до 35 років, 51,9% - особи, які мають право на додаткові державні гарантії при працевлаштуванні.

Потреба підприємств в працівниках у порівнянні з 2006 роком збільшилася на 4,5% і становила 5,8 тис. чол. Кожна третя вакансія заявлена у сільських районах області.

Середня завантаженість на одне вільне робоче місце по області становила 5 чол., що на рівні відповідного періоду 2006 року. Найбільша чисельність претендентів на одне вільне робоче місце (понад 37 чол.) в Ананьївському, Савранському, Великомихайлівському, Любашівському, Березівському, найменша - в містах Іллічівськ, Одеса, Южне, Біляївському та Овідіопольському районах.

З метою сприяння громадян в працевлаштуванні, забезпечення їх соціального захисту від безробіття, збереження стабільності в суспільстві в області і проводилось ряд активних заходів регулювання ринку праці.

Активними заходами сприяння зайнятості у 2007 році охоплено 72,89% незайнятих громадян, що на 7,8 більше, ніж у 2006 році.

Працевлаштовано 38,8 тис. осіб незайнятих громадян, що на 4,3% більше, ніж у 2006 році.

Найвищий показник працевлаштування спостерігався у містах Іллічівськ, Одеса, Южне, Овідіопільському, Біляївському, Комінтернівському, найменший – в Миколаївському, Болградському та Ширяєвському районах.

За рахунок Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України роботодавцям надані дотації для працевлаштування на робочі місця понад 1,2 тис. безробітних. Три четверті працевлаштованих безробітних – мешканці сільських районів області.

Понад 1,0 тис. безробітних отримали одноразову матеріальну допомогу для організації підприємницької діяльності у сферах побутового обслуговування, сільського господарства, виконання будівельно-оздоблювальних робіт, надання транспортних, перукарських, бухгалтерських, фото – та відео послуг.

Перенавчання за направленням центрів зайнятості проходило 8,1 тис. незайнятих громадян, які опановували професії, що надають можливість займатись індивідуальною трудовою діяльністю. Навчання проводилось за 214 напрямками. Найбільшим попитом у безробітних користуються професії кухаря, штукатуря, озеленювача, водія, слюсаря з ремонту автомобілів, електрогазозварника, столяра. Із загальної чисельності безробітних, які закінчили профнавчання, майже 6,8 тис. осіб працевлаштовані. Рівень працевлаштування після профнавчання становив понад 92,8%.

Для поліпшення матеріального становища громадян центрами зайнятості разом з місцевими адміністраціями та зацікавленими підприємствами організовувалися оплачувані громадські роботи – як захід тимчасової зайнятості населення. Протягом 2007 року в них приймало участь понад 16,7 тис. незайнятих громадян, що на рівні 2006 року.

Для вирішення проблем малозабезпечених верств населення тривала робота з надання адресної соціальної допомоги ветеранам війни та праці, інвалідам та сім'ям з дітьми, що опинилася в скрутному становищі.

Грошову допомогу на суму 8,1 млн. грн. отримали 54,1 тис. громадян похилого віку, натуральну допомогу на загальну суму 29,9 млн. грн. – 62 тис. громадян.

На цільову адресну допомогу малозабезпеченими громадянам з обласного бюджету виділено 278,0 тис. грн.

Протягом 2008 року показники зайнятості населення Одеської області істотно не змінювалась. В цілому рівень безробіття залишався на рівні 2007 року до кінця року.

З січня 2009 року кризову явища, скорочення обсягів виробництва та закриття окремих підприємств збільшили кількість звернень в центри зайнятості, а на 1 лютого статус безробітного одержали 31,8 тис. осіб, що на 16,5% більше ніж за аналогічний період 2008 р. Особливо негативні тенденції проявилась в Миколаївському, Саранському, Любашівському, Ананієвському районах. А в місті Іллічівськ, Біляївському і Овідіопольському районах безробіття збільшилось в 2 рази.

З урахуванням ситуації, що склалася на регіональних ринках праці, у найближчі роки уряд України та органи виконавчої влади на місцях мають концентрувати зусилля на запровадженні дієвих стимулів ліквідації прихованого безробіття та створення робочих місць, а також на забезпеченні гарантій зайнятості у процесі реструктуризації підприємств, на підтримці підприємства і зайнятості населення, на розширенні практики громадських робіт та на підвищенні гнучкості ринку праці, на удосконаленні національного законодавства про працю та соціальний захист, на формуванні та удосконаленні механізмів підтримки найбільш ефективних видів трудової діяльності само зайнятих.

Проблеми регулювання ринків праці та удосконалення механізмів продуктивної зайнятості населення нерозривно пов'язані із завданням

комплексного розвитку регіону. Тому концептуальні засади трансформації діяльності регіональних владних структур та формування регіональних програм забезпечення продуктивної зайнятості, на відміну від існуючих, мають бути зорієнтованими на посилення інтеграції з програмами економічного і соціального розвитку регіонів, узгодження та кореспондування стратегії дій в політиці зайнятості населення (доход громадян, економічно обґрунтована заробітна плата тощо).

Для кожного з районів Одеської області доцільно застосувати специфічний підхід щодо створення та реалізації програм продуктивної зайнятості. Проте їх загальними стратегічними цілями мають бути: удосконалення якісної структури зайнятості; реформа оплати праці; справедливий розподіл доходів; розвиток конкурентного середовища на ринку праці; підтримка малого та середнього бізнесу; підвищення рівня соціальної захищеності населення послідовне подолання бідності.

3.3.2. Шляхи залучення приватного капіталу до житлово-комунального господарства для покращення кон'юнктури ринку

Останнім часом все більше уваги науковців приділяється питанням ефективного використання різних об'єктів комунальної власності. Справа в тому, що за умов своєї специфічності, майно територіальної громади здебільшого збиткове, особливо те, що закріплене за комунальними підприємствами, організаціями, установами на прах господарського відання та оперативного управління, і в першу чергу це стосується діяльності такої галузі як житлово-комунальне господарство (ЖКГ). Ця галузь в Україні, незважаючи на свій вкрай незадовільний стан, реформується дуже повільно. Якість послуг залишається низькою, і головне, умов для подальшого розвитку галузі досі не створено. Стосовно загрозливого стану галузі неодноразово велися і продовжують вестися диспути за круглими столами, на наукових конференціях, засіданнях голів ЖКГ.

Сьогодні ми можемо говорити про те, що на законодавчому рівні є певні напрацювання на шляху до реформування галузі. Основні напрямки, завдання та заходи з реформування ЖКГ закладені у низці нормативних актів України, наприклад, таких як: Закон України «Про житлово-комунальні послуги» від 24 червня 2004 р. № 1875-IV, Закон України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки» від 24 червня 2004 р. № 1869-IV, «Програма реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2002-2005 роки та на період до 2010 року» від 14 лютого 2002 р. № 139, «Концепція розвитку житлово-комунального господарства України» від 27 лютого 1995 р. № 150 тощо. У той же час, як слушно зазначається науковцями, непогодженість нормативно-правових актів, коли з прийняттям нових документів часто не скасовуються чинні або не вносяться до них відповідні зміни, веде до протистояння у відносинах між споживачами, постачальниками і виробниками послуг [17].

Неодноразово в наукових колах наголошують на тому, що нести тягар утримання ЖКГ власними коштами стає все дедалі важче [8, 10, 11]. Для виходу з кризової ситуації пропонується створення бази для залучення в галузь приватного капіталу, який працюватиме дієвіше за умов встановлення правил ефективного регулювання.

Партнерство держави та приватного бізнесу, або як часто йдеться у літературі, приватно-державне партнерство (ПДП) – це довгостроковий контракт з приватним сектором для надання державі послуг. Розвиток таких відносин не передбачає передачу приватним компаніям прав власності на об'єкт у повному обсязі. Разом з тим, такі відносини означають часткову передачу державою деяких, передусім, визначених у законодавчому порядку та на договірних підставах, прав на цю власність. У такій системі відносин відбувається об'єднання ресурсів та потенціалів двох господарюючих суб'єктів. З одного боку – держави – у формі її власності, а з іншого – приватного бізнесу – у вигляді застосування сучасних, приватнопідприємницьких методів господарювання, менеджменту, а також залучення інвестицій та впровадження інновацій. Внаслідок такого партнерства вдається підвищити ефективність використання державної власності (у нашому випадку, коли мова йде про ЖКГ – комунальної) та спрямувати залучені додаткові ресурси на вирішення важливіших соціальних проблем для держави.

Механізм приватно-державного партнерства як ефективний метод пошуку партнерів держави серед компаній приватного сектору з роками набуває все більшого поширення в різних країнах світу. Світовий досвід підтверджує, що подібне партнерство особливо ефективно при реалізації тих проектів, де існує можливість отримання прямої плати з користувача, а саме: будівництво швидкісних автомагістралей, платних мостів, тунелів та інших штучних споруд. Наприклад, у Німеччині лише недавно почали брати пату за проїзд з грузовиків. Причому контроль ведеться зі супутника: відповідні

датчики ідентифікують машину, а потім з рахунка її власника списується певна сума коштів [15].

З аналізу того ж таки світового досвіду видно, що особливе значення проекти ПДП мають на рівні місцевого самоврядування. На комунальне господарство припадає основне навантаження з реалізації більшості проектів соціального значення: підтримання в належному стані дорожнього та транспортного господарства, соціальної інфраструктури, водного господарства та захисту навколишнього середовища, житлового будівництва, водоочістних споруд, енерго-, газозабезпечення та ін.

Здебільшого приватний капітал залучають у сферу комунальних послуг з метою підвищення операційної ефективності комунальних підприємств, впровадження технічних та управлінських нововведень та мобілізації фінансових ресурсів. Пояснюється це наступним, по-перше, чисельність персоналу багатьох підприємств комунального господарства, наприклад, водоканалів, є завищеною (особливо технічних працівників), а процедури адміністративного управління – надто обтяжливими. В результаті вихід продукції на одиницю витрат залишається низьким, що призводить до високої собівартості комунальних послуг і низької “цінності грошей”, що сплачуються споживачами цих послуг [7]. Конкуренція ж між приватними компаніями змушує їх спрощувати адміністративне управління і скорочувати персонал, зменшуючи таким чином свої витрати і посилюючи свої позиції на ринку комунальних послуг.

По-друге, залучення приватного капіталу розглядається як засіб запровадження технічних та управлінських нововведень у комунальному господарстві, адже конкуренція між приватними компаніями стимулює їх застосувати нові підходи до організації виробництва й управління. Приватні підприємства використовують у своїй роботі новітні технологічні досягнення, що у кінцевому підсумку призводить до підвищення економічної ефективності або поліпшення якості послуг.

По-третє, комунальна інфраструктура конче потребує капітального ремонту чи заміни, адже з роками відсоток зносу основних фондів лише збільшується і досяг занадто великого значення [11]. Коштів, що надходять від оплати послуг споживачами недостатньо для покриття основних необхідних капіталовкладень, до того ж кредитоспроможність комунальних підприємств не приваблює приватних інвесторів. Як результат, комунальні підприємства не мають можливості забезпечити стабільний потік надходжень, необхідних для виконання своїх боргових зобов'язань, пов'язаних із здійсненням великомасштабних інвестицій. Залучення приватного сектора дозволить подолати обмеженість капітальних ресурсів. Адже, приватним підприємствам легше позичити гроші в банку або іншій приватній фінансовій установі. Крім того, приватні компанії а також частково або повністю приватизовані комунальні підприємства можуть отримати кошти інвесторів шляхом випуску акцій. Використання цих додаткових джерел фінансування полегшує реалізацію планів капітального інвестування, що необхідно для забезпечення стабільного надання комунальних послуг.

Описані вище вигоди залучення приватного капіталу у ЖКГ не завжди можна отримати усі одночасно та й у тому обсязі, як це описує теорія. Кожна країна і адміністративно-територіальне утворення мають свої специфічні ринкові умови, політичну ситуацію і регулятивну спроможність, що може чи сприяти чи, навпаки, перешкоджати ефективності залучення приватного сектора до цієї сфери.

Серед широкого спектру варіантів залучення приватного сектору до комунальної сфери виділяють п'ять основних: договір на виконання робіт, контракт на управління підприємством, приватизація, оренда/лізинг, концесія.

1. Договір на виконання робіт. При укладанні договору на виконання робіт комунальне підприємство делегує виконання певних функцій приватній компанії на певний період часу. Загальна відповідальність за надання

комунальних послуг залишається за комунальним підприємством, але фактично робота виконується приватною компанією. Як правило, такі контракти укладаються на проведення досліджень, будівництво виробничих потужностей, нарахування платежів, експлуатацію та технічне обслуговування мереж трубопроводів, водоочисних споруд та опалювального устаткування. Оплата послуг часто розраховується, виходячи з вартості об'єкта експлуатації/технічного обслуговування, що мінімізує комерційний ризик приватної компанії. У більшості випадків договір на виконання робіт укладається на короткостроковий період (від 3 до 5 років).

2. Контракт на управління. При укладанні контракту на управління комунальне підприємство покладає на приватну компанію відповідальність за виконання всіх задач, пов'язаних з управлінням роботою підприємства. Керівництво комунального підприємства, передавши функції управління роботою підприємства приватній компанії, може зосередитися на вирішенні задач стратегічного характеру, таких як, наприклад, корпоративне і капітальне планування. Оскільки послуги приватної компанії оплачуються здебільшого у фіксованому розмірі, вона бере на себе більший комерційний ризик, ніж у попередньому випадку. Приватна компанія може нести витрати на дрібний ремонт і незначну реконструкцію устаткування. Зазвичай контракти цього типу є середньостроковими (5-10 років).

3. Приватизація. Приватизація може бути частковою, коли на ринку продається певна частка акцій підприємства, або повною, коли одному чи кільком інвесторам продається все підприємство. У випадку приватизації разом з приватними інвесторами можна створювати спільні підприємства (акціонерні компанії). Такий підхід дає можливість залучити зовнішній капітал, не приносячи в жертву державний контроль за експлуатацією підприємства і наданням послуг.

4. Оренда/лізинг. За договором оренди/лізингу приватна компанія за встановлену плату отримує ексклюзивне право на експлуатацію даних потужностей, як правило, на тривалий період (20-30 років). Компанія

здійснює експлуатацію і технічне обслуговування системи, ремонт, незначну реконструкцію, нарахування і збирання платежів. Приватна компанія бере на себе значний комерційний ризик, тому що за відсутності дотацій прибуток можна отримати лише, якщо надходження від оплати послуг споживачами перевищуватимуть витрати й амортизаційні відрахування. Державна установа залишається власником підприємства й у більшості випадків відповідає за здійснення капітальних інвестицій.

5. *Концесія.* При укладанні договору концесії приватній компанії надається ексклюзивне право експлуатації системи комунальних послуг на обумовлений період (зазвичай, 20-30 років). Приватна компанія оплачує надане їй право (розмір плати, як правило, фіксований) й погоджується виконувати обумовлені угодою вимоги щодо показників роботи. При цьому на концесіонера покладається також фінансування певних капіталовкладень, в тому числі капіталовкладень у розширення мереж, реконструкцію, заміну основних фондів, як це визначено договором концесії. Після закінчення договору концесії все майно повертається відповідному органу місцевого самоврядування. Основним джерелом доходу концесіонера є нарахування за послуги, які визначаються договором концесії і можуть переглядатися в ході його реалізації.

Серед розглянутих форм ПДП закордоном найбільшого розповсюдження отримала концесія. Ще в XIX столітті в європейських країнах та Північній Америці стали активно використовуватися концесійні угоди як особливі договірні форми взаємовідносин держави та приватного бізнесу. В Італії така форма партнерства діє з 1926 року, але найбільшого розвитку отримала в останні 20-30 років [15]. Досить непогано працює концесія в Іспанії, Франції. Об'єктами концесії стають різні об'єкти інфраструктури. В XX сторіччі практика укладення подібних угод розповсюдилася на весь світ, і сьогодні концесійні форми відносин досить активно використовуються та швидко розвиваються в таких країнах, що розвиваються, як Китай, країни Південно-Східної Азії, Латинської Америки

Впроваджується практика застосування подібних угод і в нашого сусіда – Росії [16].

Із ухваленням Законів України «Про оренду державного та комунального майна» від 10 квітня 1992 р. № 2269-ХІІ та «Про концесії» від 16 липня 1999 р. № 997-ХІV розпочалося залучення приватного сектора у житлово-комунальне господарство і в Україні. Узагальнений світовий досвід форм залучення приватного сектору до діяльності комунальних підприємств та можливості його застосування в Україні розглядалися в рамках проекту «Тарифна реформа та реструктуризація комунальних підприємств в Україні» [13]. Час плине, але можна стверджувати, що досвід України у реформуванні ЖКГ залишається незначним порівняно з практичними надбаннями країн Центральної Європи. Комунальні системи наших країн мають багато спільних рис, і досвід сусідів, чия реформа відбувалася за фінансової допомоги і за стандартами ЄС, цілком може бути адаптовано у нас [12]. Але, на жаль до сьогодні практика укладання концесійних угод поки що себе не виправдовує. Концесійна експлуатація комунальних підприємств не забезпечує ні інтереси споживачів (має місце підвищення тарифів при тому ж рівні якості послуг), ні інтереси робітників цих підприємств (у вигляді низької оплати праці), ні інтереси держави, яка потрапляє в ситуацію, коли стає пов'язаною концесійною угодою на багато років уперед (на строк дії угоди) і не може відмовитися від не вигідних концесійних угод.

Оскільки перед органом місцевого самоврядування є вибір відносно схем взаємодії комунального та приватного сектору, виникає проблема, якій формі залучення приватного інвестора до комунального господарства віддати перевагу. Доцільність застосування різних видів договірних відносин при залученні приватного сектору були проаналізовані в різних аспектах: юридичному, фінансовому [7]. Розглянемо їх особливості.

Контракт на виконання робіт. Відповідно до Законодавства України, зокрема, Цивільного кодексу України від 18 березня 2004р. № 1618-IV [6], комунальні підприємства, завдяки своєму статусу комерційних підприємств,

мають право на свій розсуд укладати контракти на виконання певних робіт з іншими підприємствами. Зокрема, вони мають право укладати контракти з приватними компаніями на виконання таких функцій як проведення аналізу, будівництво виробничих потужностей, виставлення рахунків, збирання платежів, експлуатація і технічне обслуговування мереж, насосних станцій, водоочисних споруд, опалювальних установок тощо. Цей спосіб залучення приватного сектора не має ніяких перешкод в законодавстві.

При укладенні подібної угоди, обов'язково необхідно визначати вимоги до показників роботи підрядника. Справа в тому, що відповідальність за належне надання комунальних послуг несуть органи місцевого самоврядування відповідно до Закону України "Про місцеве самоврядування"; технічні стандарти у сфері надання комунальних послуг встановлює Державний Комітет України з питань житлово-комунального господарства. Виходячи з цього, комунальні підприємства, укладаючи контракти на виконання робіт з приватними компаніями, мають не лише посилатися на відповідні нормативні акти, а й визначати критерії оцінки роботи підрядників, інакше приватні компанії, надаючи комунальні послуги, можуть вдаватися до збільшення своїх витрат, щоб компенсувати більший ризик, на який вони наражаються.

З фінансової точки зору контракти на виконання робіт можуть бути привабливими у тому випадку, якщо вони дозволяють скоротити витрати та/або заощадити кошти завдяки економії на масштабі. При укладанні подібних контрактів, кошти часто заощаджуються завдяки скороченню витрат на оплату праці. Через конкуренцію приватні компанії мусять зменшувати свої витрати і шукати шляхи виконання даних робіт меншою кількістю працівників. Навіть якщо цим працівникам доведеться плати більше, ніж їхнім колегам у комунальному секторі, загальні витрати на оплату праці все рівно будуть меншими.

Найчастіше фінансову вигоду можна отримати від укладання з приватними підприємствами контрактів на виконання таких робіт:

- великих обсягів роботи, що часто повторюється, наприклад, очищення каналізаційних систем, зчитування показників лічильників, виставлення рахунків споживачам, збирання платежів, укладання контрактів на виконання цих робіт особливо вигідне підприємствам з надмірною кількістю працівників;
- вузькопрофільної роботи, виконання якої самим підприємством є дорожчим, ніж спеціалізованою фірмою, наприклад, технічне обслуговування спеціального обладнання (насосів на насосних станціях або іншого складного обладнання водоочисних станцій);
- роботи, що відноситься до непрофільних видів діяльності комунальних підприємств, і потребує від них високих (наприклад, прання спецодягу, утримання їдальні, технічне обслуговування автотранспортних засобів, лабораторний аналіз тощо).

Може трапитися, що незадовільні показники роботи підрядника змусять комунальне підприємство розірвати контракт і знову виконувати роботи самому. Тому підприємству доведеться витратитися на оплату праці нових працівників, можливу заміну обладнання і з'ясування стосунків з колишнім партнером по угоді. Звісно, фінансові наслідки для підприємства будуть скоріш за все негативними.

Технічних перепон для укладання контрактів на виконання робіт не існує. Сьогодні такі угоди укладаються деякими українськими комунальними підприємствам для виконання приватними компаніями таких видів діяльності як нарахування платежів і перевезення працівників підприємства. Але навіть у тих сферах, де сьогодні приватні компанії не виконують роботи для комунальних підприємств, наприклад, експлуатація і технічне обслуговування мереж і виробничих потужностей, перспективи розвитку приватного сектора в Україні дають надію на те, що приватні підприємства, які сьогодні працюють у суміжних сферах, таких як утримання будинків і будівництво інженерних споруд, зможуть перепрофільуватися і виконувати за контрактами з комунальним підприємствам ті роботи, в яких є необхідність.

Щоб укладання контрактів на виконання робіт дало бажаний результат, необхідно провести ретельний фінансовий аналіз оцінки розміру заощаджень в результаті укладання подібного контракту. Їх доцільно укладати, якщо потенційні заощадження становитимуть щонайменше 10% поточних витрат підприємства. Окрім цього також необхідно розробити детальний «Обсяг робіт за контрактом», а також чітко визначити межі відповідальності приватної компанії.

Отже, сьогодні чинним законодавством України дозволяється укладання контрактів на виконання робіт, і за відсутності технічних бар'єрів вони дозволяють заощаджувати кошти у сфері надання комунальних послуг завдяки більш оперативній ефективності приватних підприємств. Проте, контракти на виконання робіт не можуть вирішити основні сьогоднішні проблеми комунальних підприємств – великі витрати на енергоносії і зношеність обладнання.

Договір на управління підприємством. Відповідно до Цивільного кодексу України від 18 березня 2004р. № 1618-IV [6] комунальні підприємства мають право укладати контракти на управління з іншими підприємствами.

Потенційні вигоди від укладання договорів на управління підприємством в Україні обмежуються тими ж чинниками, що розглядалися у розділі про контракти на виконання робіт: витрати на оплату праці є низькими в абсолютному вимірі й складають незначну частку у загальних витратах підприємства. Тому навіть дуже ефективне управління підприємством підрядником навряд чи дозволить зробити такі заощадження, які б суттєво вплинули на фінансовий стан підприємства. Якщо підприємство шукає кошти, необхідні для фінансування необхідних йому капіталовкладень, то укладання контракту на управління підприємством зробить зовсім незначний внесок для досягнення цієї мети.

Власнику комунального підприємства необхідно жорстко контролювати виконання умов контракту і перевіряти показники роботи

підрядника, оскільки підрядник зацікавлений у зменшенні витрат підприємства, тому що невитрачені на операційну діяльність кошти – його прибуток. У кінцевому підсумку власник підприємства несе відповідальність за неспроможність підрядника задовольнити встановленим стандартам надання комунальних послуг.

Підсумовуючи сказане зазначимо, що попри законодавчу дозволеність укладання подібної угоди, та незначні фінансові вигоди у вигляді заощадження коштів, договір на управління підприємством не вирішує проблему браку коштів на капітальні інвестиції, що є основним недоліком даної форми ПДП.

Приватизація. Відповідно до Закону України “Про приватизацію державного майна” від 04.03.1992 № 2163-ХІІ не можуть бути приватизовані “об’єкти інженерної інфраструктури та благоустрою міст, в тому числі мережі, споруди, устаткування, які пов’язані з постачанням споживачам води, газу, тепла, а також відведенням і очищенням стічних вод” [3]. Навіть при вузькому тлумаченні цього положення перелічені об’єкти охоплюють мережі водопостачання, насосні станції, водоочисні споруди тощо, що робить продаж систем комунальних послуг приватним підприємствам неможливим. Закон також забороняє частковий продаж такого майна приватним інвесторам, що унеможливорює створення містом і приватною компанією спільних підприємств, які б надавали, скажімо, послуги водопостачання.

З фінансової точки зору приватизація комунальних підприємств в Україні сьогодні недоцільна, оскільки їхня діяльність не дає необхідних приватним інвесторам фінансових надходжень. Як вже зазначалося, комунальні підприємства, щоб привабити приватний капітал, повинні спершу продемонструвати свою спроможність забезпечити перевищення надходжень над витратами. Заборгованість комунальних підприємств енергопостачальникам також є перешкодою повній приватизації. Навіть якщо комунальні підприємства вийдуть на рівень беззбитковості й окупності інвестицій, приватні інвестори навряд чи захочуть взяти на себе виплату

величезних боргів енергопостачальникам. Імовірно, перш ніж виставляти комунальне підприємство на продаж, його власник має взяти на себе всю відповідальність за виплату цих боргів.

Фінансова вигода для міста від приватизації комунального підприємства полягає у тому, що місто отримує одноразове надходження коштів від продажу підприємства. Але з іншого боку, втрачаючи право власності, місто фактично втрачає і контроль за подальшою діяльністю підприємства, а відповідно і виконання ним соціальних функцій.

Таким чином, приватизація у сфері комунальних послуг України сьогодні неможлива, оскільки закон забороняє продаж систем водопостачання і водовідведення приватним власникам. Більш того, ця форма ПДП у сфері ЖКГ неприваблива і з фінансової точки зору через збитковість комунальних підприємств та їхню заборгованість енергопостачальникам.

Оренда/лізинг. Відповідно до чинного українського законодавства у комунальному господарстві України можуть укладатися договори оренди і лізингу. Відповідно до Закону України “Про лізинг” (№ 723 від 16 грудня 1997 року) комунальне підприємство може надати лізингоодержувачу в користування на встановлений термін майно, що є власністю підприємства. У випадку оперативного лізингу лізингоодержувач оплачує користування майном за фіксованою ставкою і отримує таким чином стимул до ефективної експлуатації майна і скорочення експлуатаційних витрат.

Об’єктом лізингу можуть бути тільки основні фонди (тобто, окремо визначене майно) в той час як об’єктом оренди, відповідно до Закону України “Про оренду державного та комунального майна” від 10 квітня 1992 р. № 2269-ХІІ [2], може бути як окреме визначене майно, так і цілісний майновий комплекс (ціле підприємство).

Сьогоднішні відносини між муніципалітетами та комунальними підприємствами в Україні дуже нагадують відносини між орендодавцем і орендаром. Місто по суті надає комунальному підприємству право

експлуатувати систему комунальних послуг, за потреби робити в неї капіталовкладення і збирати платежі за спожиті послуг. При цьому місто залишається власником системи комунальних послуг і несе відповідальність за надання послуг. Але є і відмінності:

- власником комунального підприємства є місто, тому фінансові результати його роботи впливають не на приватних інвесторів, а на орган місцевого самоврядування;
- права, обов'язки (вимоги до показників роботи) й винагорода комунального підприємства не формалізовані контрактом;
- на відміну від більшості орендарів на комунальні підприємства покладено здійснення капіталовкладень.

Орендарі системи комунальних послуг зазвичай здійснюють всі операції включно з виставленням рахунків споживачам і збиранням платежів. Власник підприємства отримує за домовленістю (за договором) початкову суму плюс щорічні платежі, розмір яких обчислюється за визначеною договором формулою, або фіксовану орендну плату. Фінансовий ризик, як завжди, полягає у можливій неплатоспроможності приватного оператора. Власник підприємства несе відповідальність за збитки, спричинені порушенням приватним оператором вимог до якості води внаслідок аварії або технологічних чи конструктивних недоліків.

Вигоди для приватного оператора полягають у тому, що всі надходження понад витрати залишаються в нього і складають його прибуток. Певна річ, перевищення надходжень над витратами можливе лише, якщо система комунальних послуг забезпечує достатній дохід від оплати послуг споживачами. Сьогодні більшість комунальних підприємств в Україні є збитковими. А з тих підприємств, де собівартість послуг все ж покривається надходженням від оплати послуг споживачами, більшості вдалося досягти беззбитковості лише завдяки недопустимо малим капіталовкладенням, що ставить під загрозу технічний стан системи комунальних послуг у середньотривалій перспективі. В Україні лише лічені комунальні

підприємства регулярно (щорічно) роблять капітальні інвестиції і при цьому повністю відшкодовують свої витрати (в тому числі капітальні витрати) з існуючих джерел надходжень.

Незадовільні фінансові показники українських комунальних підприємств роблять оренду/лізинг у нинішніх умовах неприйнятними. Спочатку комунальні підприємства повинні скоротити свої операційні витрати, підвищити тарифи та/або мобілізувати інші джерела надходжень, щоб вийти на певний рівень рентабельності, і лише потім їхні власники можуть розглядати можливість оренди/лізингу систем комунальних послуг приватним операторам.

З приводу технічного аспекту оренди/лізингу у комунальному господарстві України слід відзначити наступне:

- українським підприємствам слід розглянути встановлення партнерських стосунків з міжнародними спеціалізованими установами, щоб отримати можливість скористатися передовим досвідом вирішення технологічних та управлінських питань комунального господарства;

- функції експлуатації та технічного обслуговування, ремонту, незначної реконструкції, виставлення рахунків і збирання платежів слід відокремити від стратегічного планування і капітальних інвестицій, щоб вони могли бути передані приватним операторам;

- географічно зона обслуговування споживачів приватним операторам має в принципі відповідати “зоні відповідальності” власника системи комунальних послуг.

Концесія. Законом України "Про концесії" № 997- XIV від 16 липня 1999 року [1] створено чітку законодавчу базу для укладання договорів концесії у комунальному господарстві України. Сфера комунальних послуг окремо визначена цим законом як така, де можна укласти договори концесії. В Україні практично відсутні перепони регулятивного характеру, які б перешкождали впровадженню цієї форми залучення приватного сектора до надання комунальних послуг. Сьогоднішнє ж обмежене використання

концесій в комунальному господарстві України пояснюється тим, що, по-перше, діяльність з надання комунальних послуг, як правило, є нерентабельною, через що приватні інвестори незацікавлені вкладати кошти у комунальну сферу, а по-друге, цей вид договорів є відносно новим для України, і тому місцеві урядовці поки що не виявляють особливого бажання та інтересу до експериментів з договорами концесії.

Відповідно до законодавства, орган місцевого самоврядування укладає на конкурсній основі договір концесії з приватним комерційним підприємством (тобто, надає йому ексклюзивне право на експлуатацію свого майна). Приватне підприємство бере на себе всю відповідальність за здійснення інвестицій, експлуатацію і технічне обслуговування. Воно звітує безпосередньо власнику або керівному органу, створеному для управління роботою за договором концесії. Власник або уповноважений орган залишається відповідальним за надання послуг споживачам, встановлення тарифів і забезпечення певних аспектів якості обслуговування споживачів.

Фінансова доцільність укладання договору концесії залежить від спроможності системи комунальних послуг генерувати достатні надходження коштів, інакше приватні інвестори не будуть зацікавлені в укладенні концесійної угоди.

При укладанні договору концесії місто наражається на ризик неплатоспроможності концесіонера або невиконання ним умов договору. Концесіонер, у свою чергу, потерпає від мінливості законодавчої/регулятивної бази та умов підприємництва.

Концесії економічно доцільні там, де має місце значна економія на масштабі, тобто у великих містах. Питома вартість надання послуг на одиницю площі обслуговування має тенденцію до зростання, коли щільність населення перевищує певне порогове значення. З іншого боку, нарахування споживачам дуже сильно зростають у районах з великою чисельністю населення, суттєво поліпшуючи таким чином фінансові показники надавача послуг. З цієї причини органи планування у сфері комунальних послуг в усіх

країнах світу віддають перевагу концесіям або іншим перспективним формам залучення приватного сектору для задоволення потреб у комунальних послугах у великих містах, залишаючи надання комунальних послуг за державним сектором у районах з низькою щільністю населення, де залучення приватного сектора є недоцільним.

Передача у концесію всієї системи комунальних послуг у нинішніх умовах не є занадто перспективною, оскільки більшість комунальних підприємств є збитковими, у приватних компаній практично немає стимулів купляти право на експлуатацію системи комунальних послуг. У переважній більшості міст України приватні компанії та інвестори ймовірно не виявлятимуть бажання брати системи комунальних послуг у концесію однак, там, де комунальним підприємствам вдасться вийти на рівень беззбитковості, можна розглядати можливість впровадження таких форм залучення приватного сектора як оренда/лізинг а також концесія.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, відмітимо, що для сталого розвитку сфери житлово-комунального господарства власних коштів галузі, як правило, не вистачає, і в цьому випадку найбільш очевидним та за певних умов вигідним вбачається залучення ресурсів приватних інвесторів. Разом з тим додаткові вигоди від партнерства з приватним сектором можна отримати лише за наявності ефективного процесу вибору партнерів зі сторони приватного сектору за проектами приватно-державного партнерства. З цією метою у подальшому слід вдосконалювати організаційно-правову базу приватно-державного партнерства, зокрема, нормативно-правові акти стосовно контролю та моніторингу реалізації проектів, методичні рекомендації зі складання регіональних планів приватно-державного партнерства. Крім того, щоб зробити роботу механізмів приватно-державного партнерства вдалою, державним органам управління необхідно, безумовно мати загальну політику та чітко сформовану мету для кожного сектору та по кожному проекту, оскільки досягти усіх цілей відразу не є можливим.

3.3.3. Аналіз кон'юнктурних складових вартісних показників підприємств водопровідно-каналізаційного господарства

У цьому розділі аналізується досвід зміни форм управління підприємствами комунального сектору, який вже накопичено в Україні. Найяскравішим прикладом в контексті питання, що розглядається є передача комунального підприємства (КП) «Одесводоканал» в оренду на 49 років ТОВ «Інфокс».

Досить цікавим з цієї точки зору є опис хронології подій, що призвела до прийняття органами місцевого самоврядування м. Одеси рішення про передачу (КП) «Одесводоканал» в оренду, який наводиться нижче [1].

Варто відзначити, що до 1991 року функціонувало виробниче управління водопровідно-каналізаційного господарства (ВУВКГ), яке знаходилось у безпосередньому підпорядкуванні Управлінню житлово-комунального господарства Одеської міської ради. Фінансування здійснювалося, в основному, з державного бюджету.

У 1991 році було створене орендне підприємство, яке функціонувало до 1998 року. Протягом зазначеного періоду основним джерелом капітальних вкладень стали власні кошти орендного підприємства, але їх обсяг був суттєво нижчим, ніж у попередні роки.

Ускладнення технічних проблем, поряд із зменшенням можливостей здійснювати фінансування, спонукало підприємство до пошуку альтернативних джерел. Так, починаючи з 1995 року проводилася робота із залучення кредиту Світового Банку для реалізації проекту на суму понад 60 млн. дол. США. Проте, практична неможливість отримати гарантії Уряду та ратифікувати угоду у Верховній Раді України не дозволили отримати кредит. Крім того перешкодами для цього стали недосконалі тарифна політика та передача комплексу у власність Одеської обласної ради, у той час як Світовий Банк наполягав, щоб фонди знаходилися у власності міста.

У 1998 році було створене закрите акціонерне товариство, яке працювало до 2000 року. Цей період характеризувався встановленням більш жорстких умов до функціонування комунальних підприємств.

Наприкінці 2000 року цілісний майновий комплекс водопровідно-каналізаційного господарства м. Одеси знову був переданий у власність Одеській міській раді, яка розірвала орендну угоду та створила комунальне підприємство (КП «Одесводоканал»).

Перші роки роботи підприємства у новому статусі характеризувалися збитковою діяльністю, невирішеною залишилися проблема підвищення технічного стану існуючих споруд та мереж, які потребували значних капіталовкладень. Тому з початку 2004 року майновий комплекс водопровідно-каналізаційного господарства за рішенням сесії Одеської міської ради був переданий у оренду ТОВ «Інфокс» з метою інвестування у розвиток систем водопостачання та водовідведення коштів у розмірі 500 млн. грн., із одночасним продовженням заходів, що фінансувалися за рахунок тарифної складової.

Ще тоді таке рішення міськради викликало багато сумнівів. Перш за все пов'язано це було з тим, що рішення готувалося поспіхом, без проведення тендера, не було публічним і фактично ніякої альтернативи у виборі оператора не було. Тоді, як на нашу думку подібні рішення необхідно виносити на широке громадське обговорення. У складі переговорних сторін не представлені були громадські організації споживачів комунальних послуг. Далі виникало питання – чому саме орендній формі партнерства було надано перевагу? Адже 49 років, це строк який більш притаманний для договорів концесії. Сучасне концесійне законодавство більш розвинуте, в той же час законодавство щодо оренди майна має ще багато білих плям. Це наводить на думку, про можливість переслідування міським керівництвом інших цілей, аніж ті, що були задекларовані в угоді, що була укладена, а саме і досі не виключається небезпека прихованої приватизації комплексів. Текст

договору, як тоді так і зараз, зачинений для громадськості, що не дозволяє його аналізувати з точки зору можливості його доповнення і вдосконалення.

Під час укладення договору сторони в якості основного документа по будівництву, реконструкції і оновленню об'єктів водопроводу і каналізації визначили Програму розвитку комунального підприємства «Одесводоканал» 2003-2007гг., затверджену вирішенням Одеської міської ради від 17.12.2002г. №756-XXIV. В даний час узгодженої інвестиційної цільової програми по реконструкції і розвитку системи водопостачання і водовідведення не існує. Затверджений План розвитку і реформування систем водопостачання і водовідведення м. Одеса на 2006-2020 р.р. на суму 500 млн.грн. є переліком необхідних робіт зі встановленням їх вартості і не вказує цілей і цільових показників з якості води і послуг з водопостачання і водовідведення, обсягів витрат води і витрат на поліпшення системи, яких необхідно досягти і термінів їх досягнення.

Аналіз виконання даного Плану показує повну невідповідність виконаного встановленим показникам. Так, згідно Звіту про виконання Плану за 2006 - 8 місяців 2008г. вартість реконструкції ВНС «Західна», «Шкодогорка», «Жевахова гора» вже перевищила планову на 6,3 млн. грн., а перекладання існуючих магістральних і вуличних мереж за 2007 і 8 місяців 2008 року – на 27,97 млн. грн., тобто в середньому в 4,5 разу, тоді як розробка і впровадження природоохоронних технологій та технологій ресурсозбереження на СБО м. Одеси не проводилася взагалі, не дивлячись на передбачених на це 51,81 млн. грн.. Тобто, як можемо бачити в частині інвестицій немає абсолютно ніякої прозорості і чіткості.

У 2008 році в порівнянні з аналогічним періодом 2003 року обсяги реалізації послуг водопостачання та водовідведення зменшився на 43730, 9тис. куб.м (15,43 чи %) та 36600,7 тис. куб.м. (чи 22,8 %) відповідно та скали 110469,1тис. куб.м та 67559, 5 тис. куб.м, В цілому ж динаміка цих показників по рокам представлена в табл.3.3.5

Динаміка обсягів водопостачання* та водовідведення в підприємства
«Інфоксводоканал» у 2003 - 2008 рр.

Показники	Роки				
	2004	2005	2006	2007	2008
Темп зростання (%)	96,06*	93,75*	100,5*	96,25*	97,09*
Темп приросту (%)	-3,94*	-6,25*	+0,5*	-3,75*	-2,91*
Абсолютний приріст (тис. куб.м.)	-5142,5*	-784,6*	+584,6*	-4438,8*	-3315,6*
	-1314,9	-5566,7	-2289,7	-6612,1	-1472,6

Відбулося це в основному у зв'язку із зниженням реалізації цих послуг населенню, в наслідок скорочення неврахованого споживання води за рахунок установки приладів обліку в багатоквартирних і приватних житлових будинках. Динаміка по водопостачанню споживачів представлена на рис. 3.3.1.

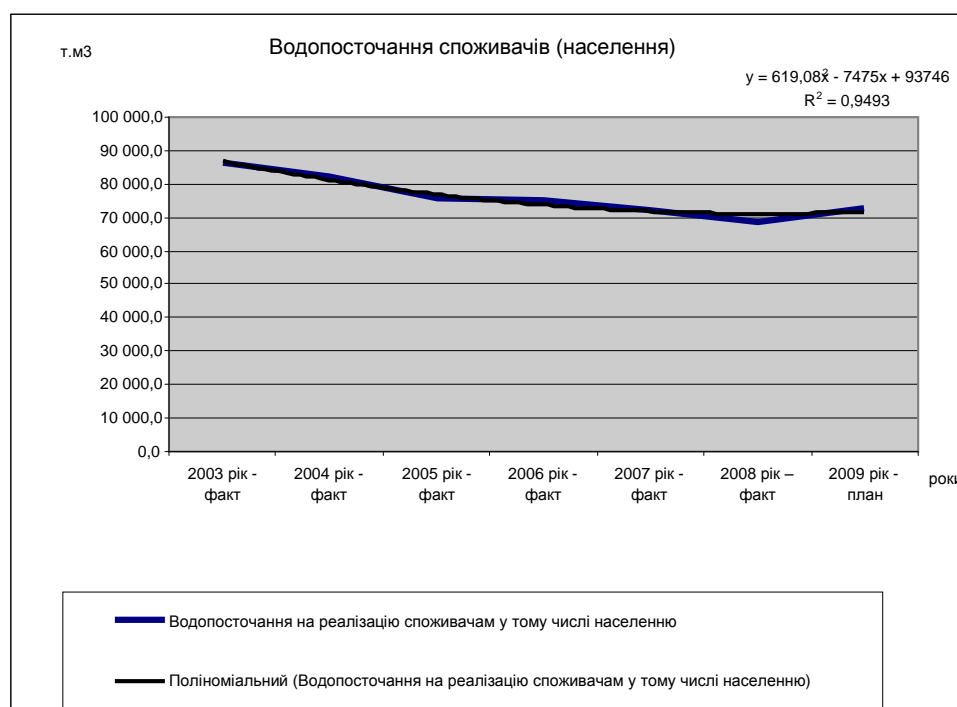


Рис. 3.3.1. Водопостачання населення в 2003-2008 рр.

Вирівнювання фактичних даних по методу найменших квадратів виявило прискорене зростання зниження споживання води населенням. Так в середньому за рік з 2003 по 2008 роки споживання води знижувалося на 7475 тис.м. куб., проте це падіння сповільнюється в середньому на 619 тис. м.куб. у рік.

Саме це було одним з мотивів підвищення тарифів на послуги, що надаються ТОВ «Інфокс», при обговоренні цього питання на сесіях міськради на протязі всього періоду функціонування оператора. Нібито скорочення обсягів надання послуг не дає можливості покривати витрати підприємства. Але тут постає питання про ефективність роботи такого оператора, та виконання ним заявлених з початку заходів направлених на впровадження нового обладнання та реконструкцію існуючого, що дало б змогу зменшувати витрати та збільшувати частку прибутку. При аналізі звітності ТОВ «Інфокс» звертає на себе увагу показник «витрати води при транспортуванні до споживачів». У 2008 році він склав 71910,9 тис. куб. м., що складає 39,4 % від подачі води в мережу. В порівнянні з 2003 роком (втрати 109411, 9 тис. куб. м. або 41,3 % від подачі в мережу) втрати скоротилися на 37501 тис. куб. м. Динаміка цього показника по рокам представлена в табл. 3.3.6 та рис. 3.3.2.

Таблиця 3.3.6

Динаміка показника «витрати води при транспортуванні до споживачів» підприємства «Інфоксводоканал» у 2003-2008 рр.

Показники	Роки				
	2004	2005	2006	2007	2008
Темп зростання (%)	86,75	100,59	96,47	98,8	92,56
Темп приросту (%)	-13,25	+0,59	-3,53	-2,19	-7,44
Абсолютний приріст (тис. куб.м.)	-12505,9	+486,9	-2903	-1745,9	-5781

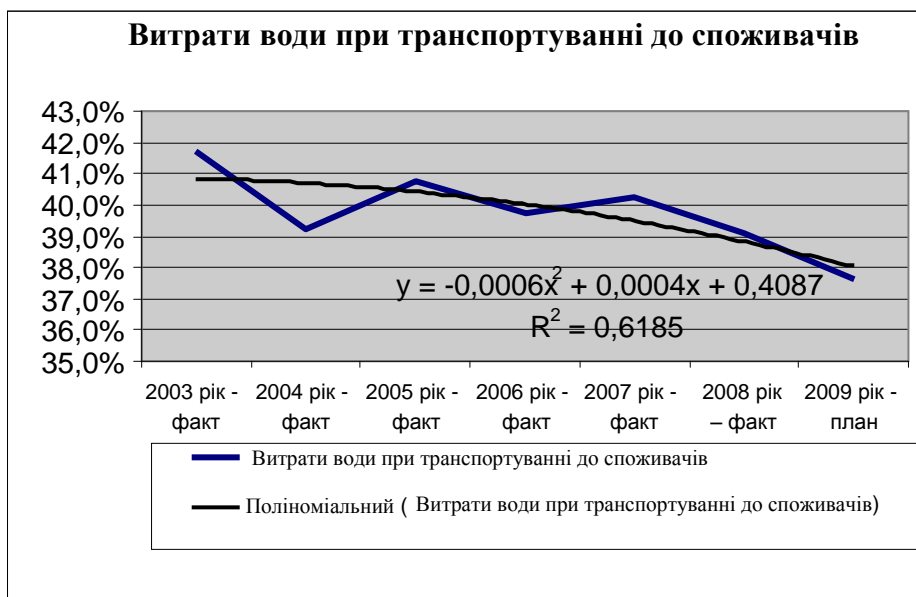


Рис. 3.3.2. Динаміка витрат води на постачання до споживачів в 2003-2009 рр.

Але, як можемо бачити не дивлячись на скорочення, тим не менш, цей показник залишається досить високим, що свідчить про те, що досить високим залишається знос водопровідних мереж, а заходи які виконуються оператором в цьому напрямку є недостатніми.

Нами був проведений регресійний аналіз взаємозв'язку втрат води при доставці з динамікою споживання води населенням у додатку Б. Як показують розрахунки зниження втрат води на 87,4 % пояснюється зниженням її споживання, останні 23,6 % іншими чинниками. В цілому ж собівартість послуг у 2008 році склала 297105,6 тис. грн, що на 172647,2 тис. грн більші (чи на 138,7 %) , ніж за аналогічний період 2003 року. Зміна витрат підприємства по рокам наведена в табл. 3.3.7 і на рис. 3.3.3.

Рис. 3.6.3 указує на квадратичне зростання витрат підприємства. Витрати зростають з прискоренням в середньому щорічно на 12583 тис.м.куб. Дане прискорення має тенденцію до уповільнення на 52779 тис. м. куб. у рік.

Динаміка витрат підприємства «Інфоксводоканал» у 2003-2008 рр.

Показники	Роки				
	2004	2005	2006	2007	2008
Темп зростання (%)	109,94	108,52	121,91	114,36	143,52
Темп приросту (%)	+9,94	+8,52	+21,91	+14,36	+43,52
Абсолютний приріст (тис. куб.м.)	+12373,6	+11657,5	+32527,7	+25994,7	+90093,7

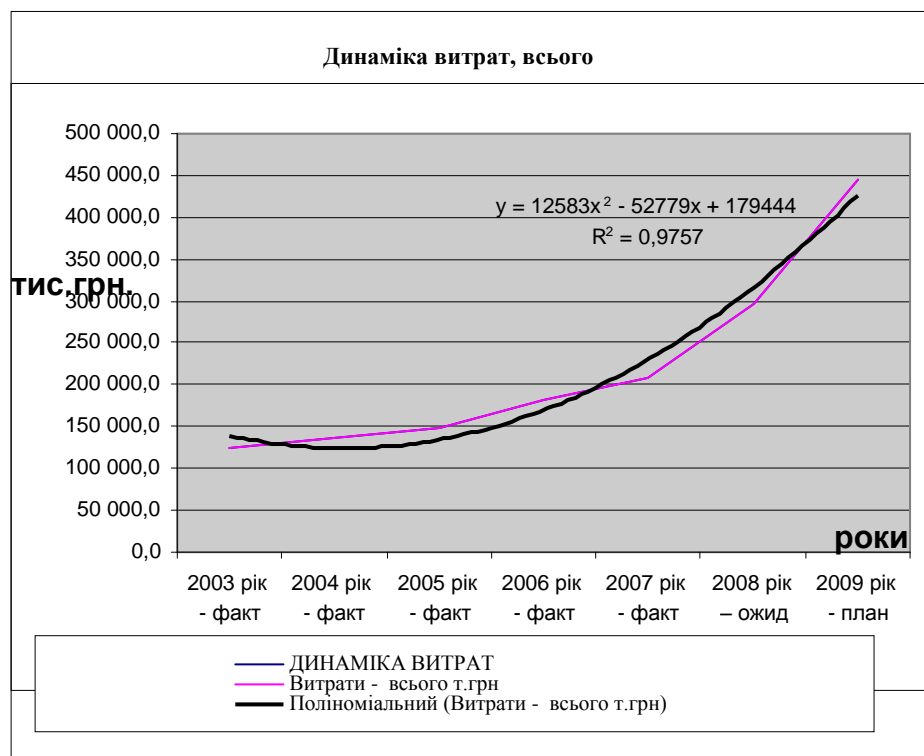


Рис. 3.3.3. Аналіз динаміки витрат ТОВ «Інфоксводоканал» в 2003-2008 рр.

Розглянемо динаміку частки витрат по кожній статті витрат на надання послуг «Інфоксводоканалом» протягом 2003-2008 рр. (3.3.8).

Як бачимо із наведених вище даних, статті витрат, що є основними у загальному обсязі витрат значно зросли не зважаючи на те, що обсяги водопостачання та водовідведення зменшились. Найбільшу частку в собівартості за 2008 рік склали витрати по електроенергії - 28,6%, заробітній платі – 26,2% і витрати на соц. заходи – 10%.

Таблиця 3.3.8

Частка витрат на надання послуг «Інфоксводоканалом» в загальному
обсязі витрат протягом 2003-2008 рр.

Статті витрат	Одиниця виміру	Рік					
		2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	2				3	4	5
Витрати – всього	т. грн.	124458,4 (100%)	136832,0 (100%)	148489,5 (100%)	181017,2 (100%)	207011,9 (100%)	297105,6 (100%)
в тому числі:							
основні матеріали (реагенти)	%	1,46	1,03	1,21	1,02	1,016	1,346
Матеріали виробничого характеру	%	0,86	0,69	0,68	0,45	0,4	0,356
паливо	%	2,93	2,99	3,39	3,6	3,04	3,01
електроенергія	%	44,5	40,8	35,1	32,95	31,88	28,61
роботи виробничого характеру	%	0,51	0,47	6,12	0,4	0,71	0,3
витрати на оплату праці	%	15,79	15,03	16,08	21,25	23,24	26,25
відрахування на соціальні заходи	%	6,37	5,81	6,21	7,92	8,7	9,92
Амортизаційні відрахування	%	9,66	9,35	9,68	7,72	6,62	4,8
витрати на утримання ОФ	%	5,72	4,6	4,58	4,72	4,75	2,98
пожежна охорона та охорона	%	0,64	0,81	1,22	1,27	1,48	1,38
податок на землю	%	1,42	1,29	1,22	1,05	0,93	0,82
Збір за спеціальне використання природних ресурсів	%	2,28	1,82	0,58	0,45	0,87	0,72

1	2				3	4	5
забруднення навколишнього середовища	%	0,18	0,17	0,21	0,48	0,52	0,6
Інші податкові платежі	%	0,12	0,19	0,11	0,06	0,058	0,064
Відшкодування витрат за збір платежів	%	2,14	2,51	1,98	1,83	1,9	1,55
відшкодування витрат тепло постачальника м за підкачку холодної води населенню	%	2,22	2,55	2,58	3,1	3,4	3,26
орендна плата	%	3,2	2,24	2,28	6,08	4,58	5,23
больничні листи	%		7,65	0,37	0,37	0,5	0,42
фінансові витрати по кредитним договорам	%			3,6	2,66	2,86	3,3

За 2008 роки витрати на електроенергію склали 85000 тис. грн., що більше витрат за 2003 рік на 51,97%. Збільшення витрат на електроенергію оператор пояснює зростанням відповідного тарифу. Виникає питання про впровадження обіцяних оператором технологій енергозбереження, ефектом використання яких мало б стати скорочення витрат електроенергії. Натомість у своїй звітності оператор фіксує, що певні заходи в цьому напрямку були проведені (так, наприклад у 2003 році витрати електроенергії на водопостачання склали 193987,7 млн. кВт на годину, у 2004 – 194668,1 млн. кВт на годину, у 2005 – 185304,5 млн. кВт на годину, у 2006 – 182,4 млн. кВт на годину, у 2007 – 166,2 млн. кВт, а у 2008 – 149,3 млн. кВт на годину), і якщо не це, то витрати по цій статті мали б бути ще більшими. З нашої точки

зору динаміка цього показника є дуже повільною, що свідчить про недостатність дій оператора у цьому напрямку.

Фонд заробітної плати за 2008 рік склав 78000 тис.грн., що на 58342,9 тис. грн., або на 296,8 % більш ніж за 2003 рік. Збільшення фонду заробітної плати оператор обумовлює індексацією та збільшенням мінімальної заробітної плати на 227,02%. В цілому витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи впродовж всіх 2003-2008 років зростали відносно пропорційно. Середня заробітна плата за 2008 році склала 1820,8 грн., що на 1307,4 грн., або на 254,65 % більш ніж за 2003 рік (513,4 грн).

Середня чисельність працівників підприємства у 2008 році склала 3600 чол., що більше аналогічного показника 2003 року на 407 людей. Структура персоналу у 2008 році наступна – виробничий персонал – 40,42%, загальновиробничий персонал – 36,72%, адміністративний персонал – 5,64%, персонал що обслуговує збут – 17,12%, інший персонал – 0,1%.

Зростання витрат на пожежну охорону та охорону безпеки також пов'язана зі збільшенням мінімального, а, відповідно, і середнього рівня заробітної плати робітників.

Стаття витрат на утримання основних фондів, що включає ремонтні роботи водної мережі та іншого устаткування, що не потребує залучення послуг сторонніх організацій зменшується по роках. Це може свідчити про те, що зменшується потреба в здійсненні ремонтних робіт оскільки поступово виконується план інвестиційних зобов'язань оператора по реконструкції та модернізації зношених мереж та устаткування. Але насправді ситуація є іншою – деякі своїх зобов'язань оператор виконує частково, деякі не виконує взагалі. Тоді можемо зробити висновок, що оператор зменшує цю статтю витрат не в результаті того, що проведені певні дії з оновлення мереж та устаткування, а в робить це на користь збільшення частки прибутку.

Стаття витрат «Забруднення навколишнього середовища» характеризує виплати в держбюджет, що сплачує підприємство за

забруднення навколишнього середовища і залежить від кількості скинутих очищених стоків у річки. Ця стаття мала тенденцію до стрімкого зростання впродовж 2003-2008рр. Оператор пояснює це погіршенням якості води, ми ж вважаємо, що відбувалося це в наслідок невиконання оператором заявлених з початку природоохоронних заходів, що дозволили б зменшити забруднення навколишнього середовища, а від так і зменшити цю статтю витрат.

Розглянувши собівартість послуг, що надає підприємство «Інфоксводоканал», була простежена динаміка витрат. Знаючи собівартість цих послуг можна розглянути скільки ж коштують ці послуги споживачам.

Розглянемо динаміку величини тарифів на послуги централізованого водопостачання та водовідведення для споживачів починаючи з 2006 по 2008 рр. (табл. 3.3.9)

Таблиця 3.3.9

*Тарифи на послуги водопостачання та водовідведення, грн. за 1 м³

Категорії споживачів	2006 рік		2007 рік		2008 рік	
	Водо-постачання, грн.	Водо-відведення,	Водо-постачання,	Водо-відведення,	Водо-постачання, грн.	Водо-відведення,
1	2	3	4	5	6	7
Населення (на прямих договорах з філією «Інфоксводоканал» ТОВ «Інфокс»), дитячі табори відпочинку в літній період	1,10	0,80	1,08	0,78	2,20	1,40
Виконавці послуг з водопостачання та водовідведення для населення (ДЄЗ, ЖБК, ОСББ, відомчі організації та інші об'єднання громадян)	1,08	0,78				
Виробничі управління водопровідно-каналізаційного господарства (ВУВКГ)	1,00	-	1,00	-	1,90	-

Продовження таблиц 3.3.9

1	2	3	4	5	6	7
Теплогенеруючі організації, в частині обсягів водопост. та водовідв.	2,37	1,32	2,37	1,32	3,25	2,20
Інші споживачі, у тому числі організації, що знаходяться на повному фінансуванні з бюджетів різних рівнів	4,94	3,65	4,94	3,65		
Організації, що знаходяться на повному фінансуванні з бюджетів різних рівнів					8,00	6,00
Інші споживачі					9,64	6,89
Теплогенеруючі організації в частині надання послуг гарячого водопостачання для населення					2,20	-
Теплогенеруючі організації, в частині обсягів водопост. та водовід., які використовуються для виробництва теплової енергії	2,37	1,32	2,37	1,32	3,25	2,20
Інші споживачі, у тому числі організації, що знаходяться на повному фінансуванні з бюджетів	4,94	3,65	4,94	3,65		
Організації, що знаходяться на повному фінансуванні з бюджетів різних рівнів					8,00	6,00
Інші споживачі					9,64	6,89
Теплогенеруючі організації в частині надання послуг гарячого водопостачання для населення					2,20	-

* - у тарифах врахований податок на додану вартість.

Як ми можемо побачити, у 2007 році тарифи на водопостачання та водовідведення зменшились на 0,02 грн. [11, 12, 13] Це пов'язано з тим, що прокуратура міста Одеса заперечила правильність розрахунку тарифів «Інфоксводоканалом». Тарифи були розраховані на основі «Порядку формування тарифів на послуги централізованого водопостачання та водовідведення», затвердженого наказом Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики від 27.06.2001р. № 139. Але на цей момент

було розроблено інший нормативний документ «Порядок формування тарифів на послуги з централізованого водопостачання та водовідведення» від 12.07.2006р. № 959. Вказаним порядком визначено, що витрати на утримання сфери соціально-культурного призначення, суми, що відраховуються профспілковим організаціям для проведення культурно-масової роботи, витрати, пов'язані з купівлею-продажем іноземної валюти та втрати від операційної курсової різниці, не є витратами, які враховуються при плануванні та розрахунку тарифів на послуги з централізованого водопостачання та водовідведення. Після розгляду всіх аспектів даної справи виконавчий комітет Одеської міської ради вирішив доручити управлінню економіки, інвестиційної політики та зовнішньоекономічної діяльності Одеської міської ради в місячний термін внести на засідання виконавчого комітету Одеської міської ради проект рішення про приведення тарифів на послуги з централізованого водопостачання та водовідведення у відповідність до вимог чинного законодавства України. Таким чином, тарифи на послуги централізованого водопостачання та водовідведення були перераховані та зменшені.

У 2007 та 2008 роках вилучена підзвітна інформація «виконавці послуг» з водопостачання та водовідведення для населення (ДЄЗ, ЖБК, ОСББ, відомчі організації та інші об'єднання громадян), які були посередниками між водоканалом міста Одеса та споживачами. Це було пов'язано з тим, що водоканал заключив прямі договори зі споживачами.

Порівно з тарифами 2006 року на водопостачання, у 2008 році населення почало сплачувати за воду на 100% більше, а за послуги водовідведення – більше на 75%. Враховуючи середній рівень інфляції за три роки (який склав 18,77%) тарифи на водопостачання та водовідведення для населення мали б складати 1,78грн., а на послуги водовідведення – 1,14 грн. Таке підвищення тарифів оператор пояснює в основному впливом таких вагомих факторів, як зростання тарифів на електроенергію, відрахування підприємством на соціальні заходи з фонду заробітної плати та зростання

мінімальної заробітної плати в Україні. Але постійне підвищення тарифів не вирішить питання, тому необхідний набір заходів повинен мати радикальний характер по зменшенню кількості витрат водоканалом на надання послуг, що повинен регулюватись та контролюватись регулятивними органами.

В умовах активізації процесів корпоратизації у сфері водопостачання України, істотно підвищуються вимоги до інформації, яку повинні надавати оператори про виконання своїх зобов'язань перед відповідними територіальними громадами, її достовірності і своєчасності отримання, оскільки вона стає важливою умовою отримання уявлення про реальний стан справ на підприємстві і обґрунтування управлінських рішень органів місцевого самоврядування відносно організації такого партнерства надалі.

В даний час однією з найбільш гострих проблем партнерських відносин у цій галузі є те, що звіти про виконання своїх зобов'язань приватні оператори подають нерегулярно. При цьому не вироблений єдиний підхід до підготовки інформації, тобто відсутня єдина форма звітів і система одноманітних показників.

З нашої точки зору основною вимогою до побудови таких форм звітності є їх корисність, тобто можливість використання інформації, що надається приватними операторами для ухвалення обґрунтованих економічних рішень всіма групами користувачів. Для цього вона повинна задовольняти критеріям достовірності, доцільності, надійності, зрозумілості і зіставності, дотримання яких в сучасній обстановці представляється достатньо складним.

Запропоновані форми звітності по всім групам показників, дадуть змогу у підсумку: визначити ступень виконання приватним оператором задекларованих зобов'язань (поточних та інвестиційних); проаналізувати відхилення від запланованих дій; виробити регулюючі рішення.

Для ефективного проведення моніторингу діяльності приватного оператора, вся звітність, що повинна ним надаватися органам місцевого

самоврядування, повинна охоплювати наступні основні аспекти діяльності підприємств:

1. Обсяг і структура водопостачання та водовідведення. Ці дані важливі оскільки зміна обсягів водопостачання та водовідведення об'єктивно приводить до зміни собівартості послуги за рахунок зміни частки умовно-постійних витрат. При цьому зростання обсягів виробництва і реалізації понад виробничі можливості підприємства або лімітів водоспоживання вимагає додаткових інвестицій, що приводить до стрибкоподібного зростання умовно-постійних витрат в результаті введення нових потужностей. Тому істотна зміна обсягів виробництва і реалізації може стати сигналом до перегляду виробничої програми комунального підприємства (а у разі потреби розширення виробничих потужностей – і його інвестиційної програми) і тарифів – відповідно до нових виробничих і інвестиційних програм.

Крім змін обсягів реалізації причиною перегляду тарифу для підприємства ВКГ може стати істотна зміна структури реалізації по категоріях споживачів.

2. Величина і структура фактичної собівартості. Ці показники дозволяють оцінити зміни, що відбулися в величині собівартості послуг що надаються споживачм, а також визначити у наслідок чого такі зміни відбулися.

Зміна фактичній собівартості і рентабельності унаслідок чинників, що не залежать від оператора (зміна цін і тарифів на матеріальні і енергетичні ресурси і т. інш.), може стати підставою для перегляду тарифу або виробничої і інвестиційної програм.

Зміна собівартості, викликана чинниками, що залежать від діяльності оператора (збільшенням питомих витрат матеріальних і енергетичних ресурсів на одиницю послуг, збільшенням зарплати і відрахувань, збільшенням загальногосподарських витрат), не повинна враховуватися при перегляді тарифу.

Зміна собівартості за рахунок зміни фактичних витрат на ремонт і аварійновідновні роботи, не затверджених у виробничій або інвестиційній програмі підприємства, вимагає додаткового аналізу економічної і технологічної обґрунтованості цих витрат і можливо, коректування інвестиційної програми підприємства.

3. *Розрахунки зі споживачами.* Ці дані дають уявлення як про ефективність менеджменту оператора, так і про здатність споживачів своєчасно і повністю сплачувати послуги. Останнє, в свою чергу, дає відповідь на питання, достатньо чи ні, коштів, що отримує оператор для забезпечення розширеного відтворення підприємства.

4. *Дотримання стандартів якості послуг.* Для підприємств ВКГ такими індикаторами можуть бути: дотримання стандартів, кількість перерв в обслуговуванні, середній термін усунення аварії, сума зниження вартості послуг з актів недопостачі, сума штрафів за недопостачу або постачання неякісних послуг.

Для аналізу показників якості використовується інформація, надана самими приватними операторами і компаніями по управлінню житловим фондом. Можливе також використання інформації санітарно-епідеміологічної станції і територіальних природоохранных органів.

Незадовільні показники якості приводять до погіршення споживчих властивостей послуги, а тому можуть стати причиною штрафів відповідно до умов договору, а у разі систематического невідповідності стандарту унаслідок неефективного управління підприємством – сигналом на зниження тарифу та можливо до розірвання партнерської угоди з приватним оператором.. В той же час поліпшення показників якості може бути підставою для збільшення тарифу.

5. *Право власності.* Дані показники дають уявлення про поточний стан майна, наданого приватному операторові, придбане майно, здійсненні оператором невідємних поліпшень майна і у підсумку про долі права власності на орендоване майно.

6. *Тарифи.* Дана група показників дозволяє оцінити прийнятність тарифів для споживачів комунальних послуг. В цьому відношенні можна говорити не тільки про економічну, але і про соціальну обґрунтованість тарифу, яка повинна сприяти зростанню економічної визначеності для споживачів комунальних послуг. Це дозволить підвищити обґрунтованість схвалюваних рішень, а також згладжувати соціальні наслідки зростання тарифів, повертаючи споживачів до процесу обговорення і формування їх величини. Такі дані дозволять дати обґрунтовану відповідь споживачам на питання, чому затверджені саме такі тарифи і, в кінцевому підсумку, яка якість комунальних послуг можна вимагати за ці гроші.

3.3.4. Перспективи розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності у сфері житлово-комунального господарства (на прикладі поводження з твердими побутовими відходами)

Створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій виробництва й реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції є головною метою державної інноваційної політики [1, с.7].

Згідно з поглядами науковців, зокрема, [1], «інноваційна діяльність – це діяльність, яка спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досягнень і розробок і обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг».

Ми вважаємо, що перехід до інноваційного типу розвитку житлово-комунального господарства (ЖКГ), повинен включати використання результатів науково-технічних досягнень, спрямованих на задоволення потреб населення, тільки в такому випадку можна буде досягти підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються галуззю.

Підприємства, що надають послуги у житлово-комунальній сфері, є інвестиційно не привабливими, у зв'язку з високою питомою вагою дебіторської заборгованості за послуги, що надають, а також у зв'язку з відсутністю коштів для переходу на інтенсивний шлях розвитку галузі [3, с.86]. Тому, технічне переоснащення підприємств сфери ЖКГ відбувається повільними темпами, що відповідно до світових темпів розвитку НТП є неприпустимим, у результаті цього відбувається неможливість практичної реалізації інновацій у ЖКГ. Ми вважаємо, що структура основних підгалузей ЖКГ, що вимагає впровадження інновацій є неточною, тому що, поняття санітарне очищення міста охоплює великий спектр завдань, які вимагають

негайного рішення, що впливають на рівень навколишнього середовища. Тому, виникає необхідність виділити питання промислової переробки ТПВ.

Через те, що, по-перше, в експлуатації перебуває значна кількість застарілого парку основних машин, механізмів і устаткування, по-друге, Україна не має готових проектів заводів промислової переробки ТПВ, устаткування для яких не випускалося в нашій країні, ми вважаємо, що вирішення завдання інвестиційно-інноваційної привабливості галузі ЖКГ повинне розв'язуватися в комплексі з вирішенням питання інвестиційної привабливості галузі машинобудування. Причому, промисловий потенціал галузі машинобудування дозволить освоїти в країні випуск устаткування для промислової утилізації ТПВ, відсутній до сьогодні, у будь-якій номенклатурі й кількості, тим самим, перевівши обидві галузі на новий етап інноваційного розвитку [4, с.73]. Перехід до інноваційного типу розвитку галузі ЖКГ, у першу чергу обумовлений певними факторами, що суттєво впливають на інноваційний розвиток як галузі ЖКГ, так і економіки країни в цілому.

На рисунку 3.3.4 показані основні фактори, які, на нашу думку, роблять ефект стримуючого важеля в розвитку інноваційної діяльності в галузі ЖКГ.

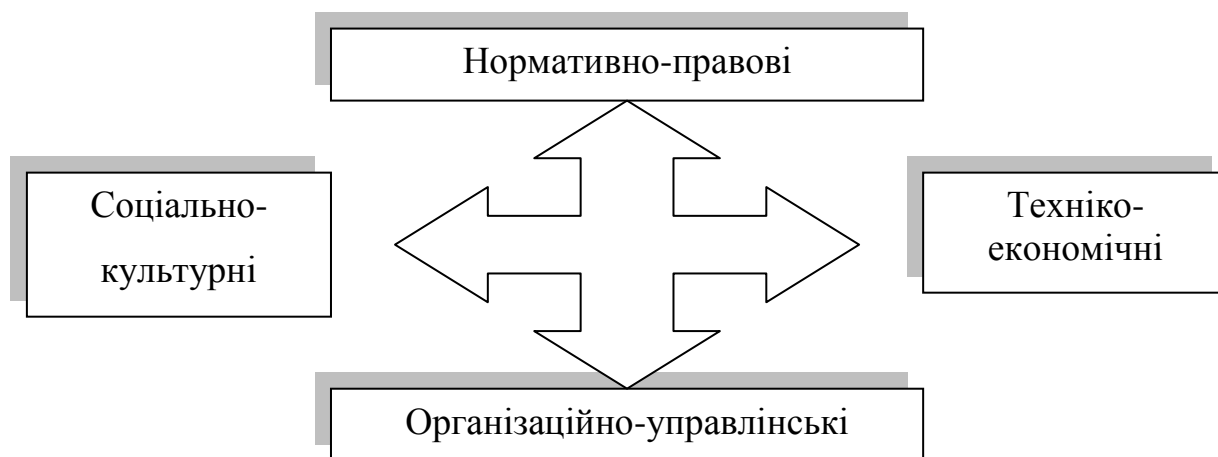


Рис.3.3.4. Фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності у сфері ЖКГ

Розглянемо таблицю 3.3.10, у якій проведемо детальний аналіз факторів, що впливають на розвиток інноваційної діяльності в сфері житлово-комунального господарства.

**Фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності,
у т.ч. у сфери ЖКГ**

Фактори інноваційної діяльності:	
<i>стримуючі</i>	<i>стимулюючі</i>
<i>Техніко-економічні:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – відсутність джерел реального фінансування; – слабкість матеріально-технічної й наукової бази; – високий економічний ризик; – ускладнення й подорожчання науково-дослідних розробок; – низький науково-інноваційний потенціал держави, регіонів; 	<ul style="list-style-type: none"> – високий попит на продукцію (послуги) галузі ЖКГ; – наявність резерву фінансових і матеріально-технічних заходів; – наявність необхідної господарської й науково-технічної інфраструктури; – розвиток конкуренції й скорочення тривалості життєвого циклу наукомістких товарів;
<i>Організаційно-управлінські:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – установка замкнутість, труднощі в міжгалузевих взаємодіях; – постійні організаційні структури, надмірна централізація, консервативність ієрархічних принципів побудови організації, перевага вертикальних потоків інформації; – орієнтація на короткострокову окупність; – відсутність науково-інноваційних організаційних структур; – недостатність міжнародного науково-технічного співробітництва; 	

<i>Нормативно-правові:</i>	
– недосконалість законодавчої бази в питаннях інноваційної діяльності, охорони інтелектуальної власності, охорони навколишнього середовища, раціонального поводження з ТПВ й т.д.;	
<i>Соціально-психологічні:</i>	
– опір змінам, які можуть викликати такі наслідки, як зміна статусу власності;	– сприйнятливість до змін, нововведенням;
– дефіцит наукових кадрів, низький професійний статус інноватора, результатом чого стала відсутність матеріальних стимулів і умов творчої роботи, абстрагування всього нового, що надходить (від продукту до технології) і т.д.	– моральна винагорода, суспільне визнання;
	– можливість самореалізації, розвиток умов творчої роботи, матеріальні стимули.

У період економічної кризи в країні, інноваційна діяльність, у всіх галузях економіки, виявилася в стані крайнього занепаду. Так, у ЖКГ, у цей період, кількість впроваджуваних прогресивних технологічних процесів скоротилася більш ніж в 6 разів, маловідходних ресурсозберігаючих і безвідхідних технологій - в 4,3 рази. Фактично, у цей період, число створюваних за рік нових типів приладів і коштів автоматизації в ЖКГ зменшилося в 4,6 рази, електронної техніки - більш ніж в 6,5 рази, металорізальних верстатів - в 9,4 рази [5, с.16]. Занепад у розвитку інноваційної діяльності, був обумовлений, головним чином, за рахунок дефіциту фінансових ресурсів, що направляють на фінансування інноваційної діяльності, а також перевага екстенсивного типу розвитку галузі.

Тому, досягти конкурентних переваг у ЖКГ можна завдяки принципово новим підходам при формуванні економічної політики.

Інновації в ЖКГ є універсальним інструментом інтенсивного розвитку галузі. Складність розвитку інноваційних процесів укладається в тім, що інноваційний розвиток має потребу в значних обсягах фінансування, а тому актуальним завданням є визначення механізму фінансового забезпечення інноваційного розвитку в умовах перехідного періоду, на тлі виділення інвестиційно-привабливих галузей. Так, у сучасному розумінні інвестиційно-привабливих галузей варто розуміти галузі, що базуються на використанні нових прогресивних технологій, а також організаційно-управлінських систем, діяльність яких спрямована на безпосереднє задоволення потреби людини.

Житлово-комунальне господарство, фінансування якого протягом багатьох років відбувається по залишковому принципу, при відсутності реалізації інновацій, є тим сектором економіки, де, при точно спланованій інноваційній стратегії створення сприятливих умов залучення капіталу, віддачу від вкладених фінансових коштів можна було б досягти в повному обсязі. Тому, стимулом для переходу до інноваційного типу розвитку ЖКГ у першу чергу є невисокий рівень розвитку галузі, причому, розробка інноваційної стратегії розвитку ЖКГ, є тим невід'ємним елементом, завдяки якому можна було б забезпечити приплив інвестицій у дану галузь.

Виявившись у запущеному стані, житлово-комунальному господарству властива відмітна риса – відсутність інвестиційної привабливості, на тлі нерозкритого інвестиційно-інноваційного потенціалу основних підгалузей. На нашу думку, при стратегічно обґрунтованому підході в рішенні завдань ЖКГ шляхом поступового впровадження інновацій, залежно від ступеня інвестиційної привабливості відповідних підгалузей, можна було б, у першу чергу, досягти збільшення показників, що характеризують якість послуг ЖКГ, що у свою чергу відбилося б на рівні віддачі інвестицій.

У світовому досвіді розвитку інноваційної діяльності була визначена закономірність впливу факторів, що безпосередньо впливають на процес інноваційного розвитку. На рисунку 3.3.5 зображені основні рушійні сили

інноваційного розвитку, що є по своїй суті каталізатором в інноваційному розвитку, чия сукупність і залежність створює синергитичний ефект розвитку. Так, якщо для підприємства, що планує випуск нового виду продукції, основну роль у виборі інноваційного типу розвитку буде грати соціально-економічний фактор і фактор науково-технічного розвитку, то, наприклад, для галузі житлово-комунального господарства – сукупність всіх нижчезазначених факторів, ступінь впливу яких буде залежати безпосередньо від обраної підгалузі. Причому, вирішення питання, пов'язаного із залученням інновацій у проблемну галузь, дозволить вирішити, у першу чергу, соціально-економічну проблему, що займає головне місце в галузі.

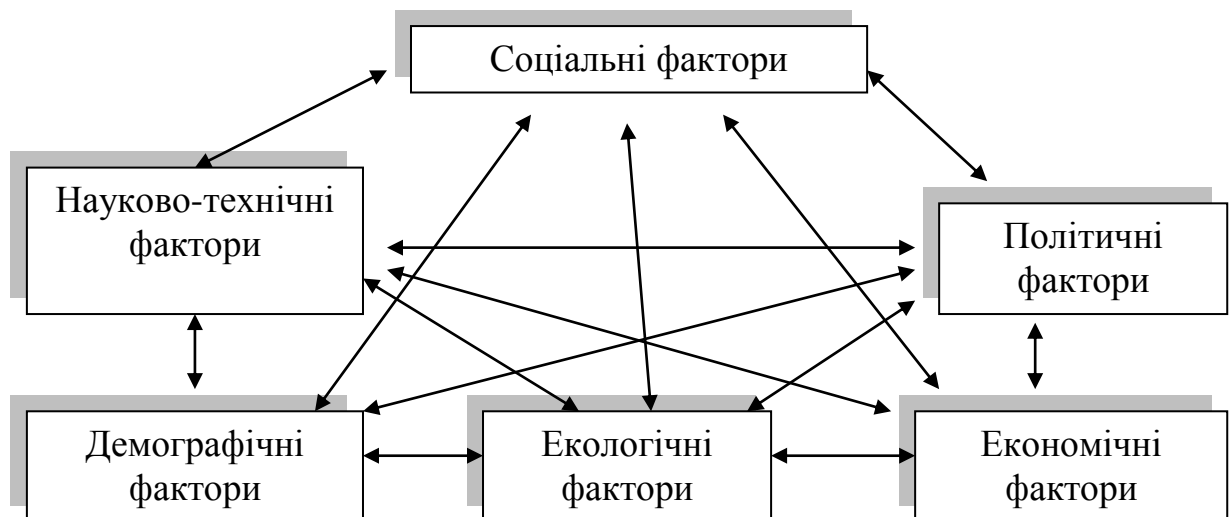


Рис. 3.3.5. Рушійні сили інноваційного розвитку ЖКГ

На нашу думку, на тлі розв'язання завдання залучення інновацій для вирішення першорядних питань, що мають місце в основних підгалузях житлово-комунального господарства, таких як: житлове господарство, водопровідно-каналізаційне господарство, теплове господарство, міське освітлення, газове господарство, міський електротранспорт, санітарне очищення міст, зелене господарство й благоустрій і т.д., найбільш актуальним є вирішення питання нагромадження, утилізації й поводження з твердими побутовими відходами (ТПВ). На вирішення питання поводження з ТПВ, впливає сукупність всіх перерахованих вище факторів.

Австрійський економіст Й.Шумпетер, давши визначення інновацій як економічної категорії, уперше зробив спробу простежити можливості здійснення нововведень. Так, в 1911 році у своїй науковій праці під назвою «Теорія економічного розвитку» він визначив, що в основі інновації лежить комбінація цілого ряду факторів, які за своєю суттю є різними, основу яких становить елемент новизни, що є остаточним критерієм у визначенні нововведення. За теорією Й.Шумпетера «масова поява нових комбінацій» означає початок підйому економіки. Й.Шумпетер розрізняє 5 характерних випадків нових комбінацій наступних факторів, які, на нашу думку, могли б бути успішно реалізовані при обґрунтуванні інвестиційно-інноваційної привабливості галузі ЖКГ, зокрема при поводженні з ТПВ, рис 3.3.6.

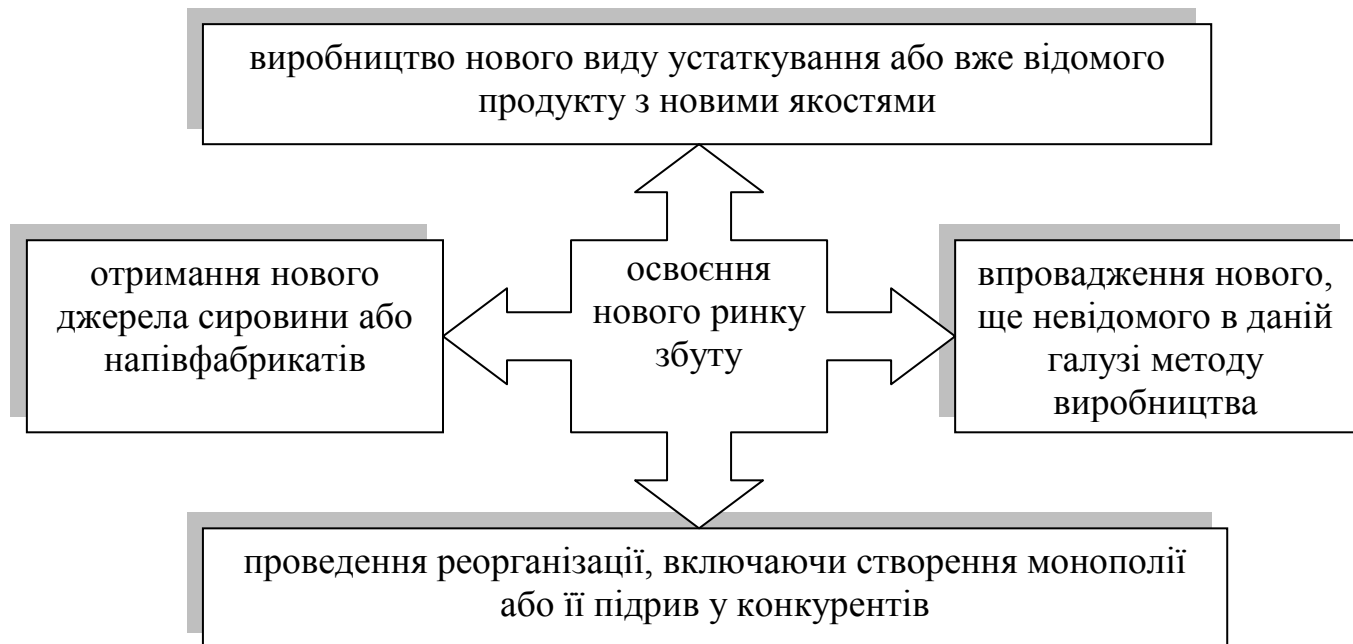


Рис.3.3.6. Фактори, що лежать в основі інвестиційно-інноваційної привабливості галузі ЖКГ

Ми вважаємо, що на вирішення питання поводження з ТПВ, темпи нагромадження яких мають тенденцію постійного збільшення, впливають всі фактори, що означає високий інвестиційно-інноваційний потенціал обраної підгалузі ЖКГ. Тому, при переході до інноваційного шляху розвитку галузі ЖКГ необхідно врахувати ті фактори, які за своєю суттю є бар'єром для

більшості підприємств, що володіють інвестиційно-інноваційним потенціалом і який їм не під силу перебороти самотійно, без активної підтримки держави, що в подальшому дозволило б збільшити рівень інвестиційної привабливості галузі.

Тому, створення відповідних умов і стимулів для вирішення питання поводження з твердими побутовими відходами, що є основним різновидом відходів, створених у житлово-комунальній сфері міста дрібними виробниками, а також у промисловості й інших сферах економіки міста, є надзвичайно актуальним завданням для України.

Згідно [6], в Україні, на сьогоднішній день:

- реалізується спрощена технологія поводження з комунальними відходами, що ґрунтується на зборі твердих побутових відходів і міського сміття з наступним їхнім вивозом за межі міста (на смітники), у результаті чого щорічно в містах і селищах міського типу України утвориться близько 35-40 млн. м. куб. (10 млн.т.) ТПВ;
- тільки 2,5-3% (200-300 тис. т. за рік) усього обсягу ТПВ спалюється на двох діючих сміттєспалювальних заводах у Києві й Дніпропетровську, наносячи при цьому великий збиток навколишньому середовищу, тоді як інші вивозяться на 770 спеціально створених полігонів, загальною площею 3 тис. га;
- на 80% із всіх існуючих полігонів, згідно даним Міністерства охорони навколишнього середовища, не дотримуються вимоги екологічної безпеки відносно забруднення підземних вод і повітряного басейну;
- рушійний склад спеціалізованих автопідприємств є застарілим, де більш 75% автомобілів відробили свій ресурс і підлягають списанню, тоді як при нормативі в 12% обновляється лише 1% парку, що свідчить про запущений стан галузі.

На нашу думку, тверді побутові відходи (ТПВ) – неминучі відходи, що утворюються в результаті життєдіяльності людини (макулатура, харчові відходи, скло, пластмаси, метал і т.д.), обсяги нагромадження яких

перебувають у безпосередній залежності, як від чисельності, так і рівня добробуту населення і які є додатковим сировинним джерелом при впровадженні відповідних інноваційних підходів раціонального поводження з ними.

Відповідно до досвіду економічно розвинених країн, значний обсяг нагромадження ТПВ обумовлений соціально-економічними, техніко-економічними, а також організаційними факторами.

Ми вважаємо, що тверді побутові відходи є ймовірним джерелом вторинної сировини й енергетичних ресурсів, поховані на невизначений період часу через відсутність як фінансових, так і технологічних можливостей екологічно безпечного поводження з ними. Тому, при інноваційному підході вирішення питання поводження з ТПВ, вони можуть розглядатися як стратегічне джерело сировини на тлі глобального зменшення природних ресурсів.

Таке положення викликане низьким рівнем розвитку інноваційної діяльності в сфері промисловій переробці ТПВ. Так, із всіх існуючих методів утилізації ТПВ, яких у світі налічується більше 20, в Україні застосування знайшли тільки два: складування на спеціальних полігонах і спалювання на сміттєспалювальних заводах. Причому, із чотирьох побудованих сміттєспалювальних заводів (Київ, Харків, Севастополь і Дніпропетровськ) функціонують тільки в Києві й Дніпропетровську, укомплектовані застарілим обладнанням, не задовольняючи сучасним вимогам екологічної безпеки, внаслідок чого, є основними джерелами забруднення навколишнього середовища токсичними газами [6, с.7].

За даними [6], у результаті відсутності необхідних коштів на рекультивацію, а також створення нових полігонів ТПВ, більша частина полігонів функціонує в режимі перевантаженості, тобто з порушенням проектних показників щодо обсягів нагромадження відходів, що вивозять.

Полігони ТПВ завдають непоправної шкоди, забруднюючи атмосферу й підземні води, тим самим відбувається порушення статті 16 Конституції

України [7] «про безпечне навколишнє середовище й забезпечення раціонального використання природних ресурсів». Періоди розкладання фракцій ТПВ різні для кожного виду відходів. Наприклад, папір розкладається в землі 2-10 років, вовняний носок – 1 рік, фарбована дошка – 13 років, бляшана банка – 90-100 років, поліетиленовий пакет – більше 200 років, пластик – 500 років, скло – більше 1000 років [8, с.374]. Елементи, що розклалися, вступаючи в реакцію між собою, наносять ще більшу шкоду навколишньому середовищу. Тому актуальність вирішення питання нагромадження й утилізації ТПВ зростає в міру їхнього нагромадження.

ТПВ України за своїм фракційним складом представляють сукупність цілого ряду складових, які без попереднього сортування вивозяться на спеціальні полігони, іноді на стихійно утворені смітники, що ускладнює процес витягу корисних фракцій для наступного їхнього використання. Критеріями, що визначають характер тих або інших підходів реалізації етапів поводження з ТПВ, є кількісні і якісні показники, що класифікують ТПВ на: морфологічний і фракційний склад, кількість органічних речовин, рівень вологості, хімічних елементів, а також критерії епідеміологічного неблагополуччя [9, с.246]. Наприклад, за рахунок відсутності розвинутої системи моніторингу ТПВ, що вивозяться на полігони, відбувається забруднення основної маси ТПВ токсичними відходами 1-го й 2-го класів небезпеки.

Ступінь нагромадження ТПВ значною мірою залежить від погодних умов, сезону року, рівня благоустрою житлових будинків, рівня життя населення й т.д. Структура твердих побутових відходів, що вивозять на полігони, має регіональний характер нагромадження. Тому залежно від регіону України, процентне співвідношення основних фракцій буде різним. Усередненими показниками за-фракційним складом ТПВ всієї території України є наступні дані: органіка - 37%; папір, текстиль - 21%; пластмаса, гума, шкіра - 9%; рослинні відходи - 7%; скло - 6%; метал - 2%; відсівання часток розміром до 20 мм - 18% [10, с.89].

В Україні методи комплексної механізованої переробки з метою витягу корисних компонентів, порівняно з підходами, що застосовуються в економічно розвинених країнах, на практиці поки що не реалізовано. У країні переробляється приблизно 3-5% всіх відходів, що збирають, в основному, у спеціальних місцях прийому вторинної сировини, де здійснюється прийом таких основних компонентів як: чорний і кольоровий метали, папір, скло, пластмаса, але існуюча система збору вторинних ресурсів не досконала.

Для обґрунтування інвестиційної привабливості проектів поводження з ТПВ, варто визначити фактори, що лежать в основі інвестиційної привабливості проектів поводження з ТПВ (табл. 3.3.11), що дають чітку уяву про перспективність обраного виду діяльності: економічний; екологічний; технологічний; соціально-культурний.

Таблиця 3.3.11

Фактори інвестиційної привабливості поводження з ТПВ

Фактор	Переваги
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення дешевою вторинною сировиною, витягнутою із загальної маси ТПВ, що нагромадилися на полігонах (папір, скло, пластмаса, металобрухт і т.д.) провідних підприємств, тим самим, дозволить знизити собівартість продукції, що випускається; – організація випуску нових видів продукції (послуг), за рахунок впровадження інноваційних технологій, ґрунтуючись на закордонному досвіді поводження з ТПВ; – реалізація відсортованих фракцій ТПВ, організація переробки якої, на даному етапі розвитку НТП, економічно не вигідна; – стимулювання фінансування інноваційної діяльності, спрямованої на вирішення питання поводження з ТПВ, структура яких постійно змінюється; – перспектива реалізації пілотних проектів у регіоні.
Екологічний	<ul style="list-style-type: none"> – поліпшення екологічної ситуації в регіоні, що перебуває в безпосередньому взаємозв'язку з розвитком туризму; – зменшення рівня навантаження на полігони ТПВ;

Технологічний	<ul style="list-style-type: none"> – перспектива впровадження вітчизняних інноваційних технологій сфери поводження з ТПВ, розроблених безпосередньо з урахуванням специфіки обраного регіону; – стимулювання розвитку НТП країни, сфери поводження з ТПВ;
Соціально-культурний	<ul style="list-style-type: none"> – створення нових робочих місць; – зменшення соціальної напруги, викликані екологічною ситуацією в регіоні; – зменшення рівня захворювань, викликаних отруєнням навколишнього середовища; – збільшення тривалості життя населення, за рахунок поліпшення рівня екологічної безпеки в регіоні; – підвищення рівня культурного виховання населення в питанні необхідності раціонального поводження з ТПВ, у результаті чого буде досягнуте формування культури майбутніх поколінь, їхньої системи цінностей, норми поводження й т.д.

Вважаємо, що сфера поводження з твердими побутовими відходами має інвестиційно-привабливі риси, тим самим, будучи економічно привабливою. Організація розв'язання питання нагромадження, сортування й утилізації ТПВ є економічно обґрунтованою, згідно з факторами, перерахованим вище. При правильно обґрунтованому підході до поставленого завдання, як показує закордонний досвід, дана сфера – рентабельна. Основною проблемою, з якою сьогодні доводиться зіштовхуватися при спробі рішення питання із ТПВ – відсутність, як джерел фінансових коштів, так і механізму, що передбачає процедуру залучення закордонних джерел капіталу, на тлі низького інвестиційного потенціалу галузі ЖКГ.

3.4. Особливості ситуації на товарних ринках

3.4.1. Особливості попиту та пропозиції на сучасному ринку золота

Прогнозування кон'юнктури ринку золота є важливим завданням у сучасних умовах. Так, достовірне визначення динаміки ціни на золото у майбутньому може надати можливість як підвищити доходність інвестиційного портфеля, до якого включено певний обсяг золота, так і визначити оптимальний момент часу для купівлі чи продажу золота на ринку. Відповідно, важливого значення набуває визначення факторів, які впливають на формування як миттєвої ринкової ціни на золото, так і її більш довгострокових тенденцій.

Важливою особливістю сучасного ринку золота є той факт, що незважаючи на формальну втрату золотом статусу грошей, золото має ряд особливостей, які роблять його відмінним від решти біржових товарів. Так, золото з одного боку є сировиною для багатьох видів продукції, однак з іншого – має широке використання як фінансовий інструмент. Окрім того, спожите золото не зникає, а згодом потрапляє на переплавку у вигляді лому та знову повертається на ринок. Відповідно, для прогнозування кон'юнктури ринку золота необхідно дослідити основні категорії попиту та пропозиції на ринку золота та визначити ступінь їх впливу на формування ринкової ціни.

Дослідженню ринку золота та особливостям попиту та пропозиції на ньому приділяли увагу такі вітчизняні економісти, як Анікін А.В. [1, с. 45-158], Букато В.І. [2, с. 57-196], Борисов С.М. [3, с. 20-101]. Загальні положення дослідження економічної кон'юнктури розглядались у роботах Кондратьєва М.Д. [4], Костюхіна Д.І. [5], Нікітіна С.П. [6], Кучеренко В.Р. [7] та інших. Зокрема, на особливу важливість аналізу попиту та пропозиції при дослідженні кон'юнктури окремого ринку вказує Клінов В.Г. [8, с. 34-37, 64]. Використання економіко-математичного моделювання для прогнозування ринкової ціни товару пропонує Левшин Ф.М. [9, с. 25]. Однак, незважаючи

на значний обсяг публікацій як західних, так і вітчизняних авторів, присвячених дослідженню ринку золота, питання детального аналізу впливу окремих категорій пропозиції та попиту на золото та визначення їх зв'язку з ринковою ціною на золото залишається нерозглянутим.

Розглянемо структуру пропозиції фізичного золота на світовому ринку. У таблиці 3.4.1 наведено щоквартальні дані про обсяги пропозиції золота у світі з першого кварталу 2004 по четвертий квартал 2007 року за даними Gold Fields Mineral Services Limited та World Gold Council. Додатково у таблиці наведено розраховані середні значення, середньоквадратичні відхилення, коефіцієнти варіації по кожній категорії пропозиції та частки від середнього значення сумарного обсягу пропозиції, які складають середні значення окремих категорій пропозиції золота.

Таблиця 3.4.1

Обсяги пропозиції та ринкова ціна на золото на світовому ринку

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	C
I кв. 2004	573	-65	508	115	239	862	408,44
II кв. 2004	601	-107	494	76	209	779	393,27
III кв. 2004	650	-140	510	65	187	762	401,30
IV кв. 2004	645	-114	531	214	214	959	433,80
I кв. 2005	585	-22	563	260	204	1027	427,35
II кв. 2005	615	-75	540	147	199	886	427,39
III кв. 2005	664	-19	645	90	210	945	439,72
IV кв. 2005	687	29	716	165	274	1155	484,20
I кв. 2006	575	-143	432	104	301	837	554,07
II кв. 2006	597	-139	458	121	326	905	627,71
III кв. 2006	646	-59	587	83	238	908	621,67
IV кв. 2006	663	-32	631	59	242	932	613,21
I кв. 2007	587	-137	450	73	237	760	649,82
II кв. 2007	611	-182	429	145	219	793	666,84

Продовження табл. 3.4.1

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	C
III кв. 2007	631	-31	600	169	204	973	680,13
IV кв. 2007	618	-50	568	98	277	943	786,25
Сер. зн.	622	-80	541	124	236	902	538,45
Сер. кв. відх.	34,7	58,8	81,8	56,5	39,6	105,0	125,49
Коеф. вар., %	5,6	-73,1	15,1	45,6	16,8	11,6	23,31
S _{сер} /S _{6сер}	0,69	-0,09	0,60	0,14	0,26	1,00	

де S1 – видобуто золота, т; S2 – хеджування виробників, т; S3 – пропозиція виробників (S1+S2), т; S4 – офіційні продажі центральних банків та інших установ, т; S5 – лом, т; S6 – сумарна пропозиція, т; C – ціна золота на лондонському ринку, доларів США за тройську унцію.

Наведені дані дозволяють оцінити сучасний стан пропозиції на ринку фізичного золота. Пропозиція золота на світовому ринку представлена двома основними групами – золотом, що безпосередньо видобувається виробниками (т.з. первинне золото); золотом, яке продається центральними банками, іншими суб'єктами та золотом, отриманим після переплавки золотого лому (т.з. вторинне золото). Для оцінки стабільності кожної з груп пропозиції скористаємося таким показником, як коефіцієнт варіації. Даний коефіцієнт розраховується як відношення середньоквадратичного відхилення до середнього значення показника, помножене на 100 відсотків та характеризує відносний розкид показника у порівнянні з його середнім значенням.

Перша категорія пропозиції золота – пропозиція виробниками, складається з видобутого золота за виключенням того обсягу, який використано для хеджування та зарезервовано для забезпечення форвардних контрактів. Із даних у таблиці 3.4.1 бачимо, що протягом 2004-2007 років обсяги видобування золота були досить стабільними та становили в середньому 622 тони на квартал. Так, після зменшення обсягів видобування

золота протягом 2002-2003 років, спостерігається стабілізація у районі 2400-2500 тон на рік. Враховуючи зарезервований обсяг золота, сумарна пропозиція виробників знаходилась на досить сталому рівні із середнім значенням 541 тона на квартал та коефіцієнтом варіації $V_{S3}=15,1\%$.

Пропозиція золота, отриманого після переплавки лому також є досить стабільною із середнім значенням 236 т. на квартал та коефіцієнтом варіації $V_{S5}=16,8\%$. Навідміну від розглянутих двох категорій, пропозиція золота центральними банками та іншими установами відзначається значно меншою стабільністю. Дані таблиці 3.4.1 по зазначеній групі відображають різницю між загальним обсягом продажу та купівлі золота центральними банками та іншими офіційними установами. Середнє значення пропозиції золота по даній групі становило 124 т. на квартал, однак коефіцієнт варіації $V_{S4}=45,6\%$ вказує на значний розкид окремих значень відносно середнього. Сумарна ж пропозиція золота протягом розглянутого періоду характеризується більшою стабільністю із середнім значенням 902 т. на квартал.

Для визначення впливу окремих груп пропозиції на сумарний її обсяг, необхідно визначити частку кожної з них у сумарному обсязі. Так, протягом розглянутого періоду частка пропозиції золота виробниками в середньому складала 60% від сумарного обсягу пропозиції. Частка пропозиції золота центральними банками та іншими офіційними установами становила в середньому 14%.

Оскільки однією з головних цілей дослідження кон'юнктури ринку є прогнозування ринкової ціни товару, дослідимо зв'язок між обсягами пропозиції золота та його ціною. Так, за відсутності дії інших факторів, збільшення пропозиції має призвести до зниження ціни, а зменшення пропозиції – до зростання ціни. Однак, з іншого боку – зростання ціни має призвести до збільшення пропозиції, а зменшення ціни – до зменшення пропозиції. Отже, коефіцієнти кореляції між обсягами пропозиції товару та його ринковою ціною можуть набувати як додатних, так і від'ємних значень. Важливим у такому випадку є абсолютне значення коефіцієнта кореляції та

його наближеність до одиниці за абсолютною величиною. У таблиці 3.4.2 наведено розраховані значення парних коефіцієнтів кореляції між середніми квартальними обсягами пропозиції золота та його ціною на лондонському ринку за період з 2004 по 2007 рік.

Таблиця 3.4.2

Коефіцієнти кореляції між обсягами пропозиції золота та його ціною

	S1	S2	S3	S4	S5	S6
C	-0,0389	-0,1008	-0,089	-0,2033	0,4556	-0,007
p	0,886	0,710	0,743	0,450	0,076	0,979

де S1, S2, S3, S4, S5, S6, C – аналогічно до таблиці 3.4.1.

Усі отримані коефіцієнти, за виключенням коефіцієнта $r(S5,C)$ між ціною золота та обсягами продажу золотого лому, не відрізняються істотно від нуля, хоч і мають від’ємні значення. Окремо від інших стоїть коефіцієнт $r(S5,C)$, додатне значення якого вказує на переважно одночасне зростання як ціни на золото, так і обсягів золотого лому, які потрапляють на ринок. Таким чином, наявні показники пропозиції золота дозволяють оцінити лише якісний їх вплив на кон’юнктуру ринку та, відповідно, на ціну золота. Так, наприклад, зменшення обсягів видобування золота у довгостроковому періоді буде сприяти зростанню ціни на золото, а зростання ціни – збільшенню обсягів золотого лому, які будуть потрапляти на переплавку. Отримати ж більш точне математичне вираження зазначеного зв’язку за наявних даних не є можливим.

У таблиці 3.4.3 наведено квартальні значення обсягів кожної з основних категорій попиту на фізичне золото у світовому обсязі за період з першого кварталу 2004 по четвертий квартал 2007 року за даними GFMS Ltd. та World Gold Council. Додатково у таблиці наведено розраховані середні значення, середньоквадратичні відхилення, коефіцієнти варіації по кожній категорії попиту та частки від середнього значення сумарного обсягу попиту, які складають середні значення окремих категорій попиту на золото.

Обсяги попиту та ринкова ціна на золото

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	C
I кв. 2004	596	101	697	101	-18	16	795	408,44
II кв. 2004	667	109	776	104	-18	5	867	393,27
III кв. 2004	653	101	753	92	-16	-2	828	401,30
IV кв. 2004	698	99	797	100	-5	113	1006	433,80
I кв. 2005	706	106	812	130	-10	89	1021	427,35
II кв. 2005	774	111	885	120	-10	-2	993	427,39
III кв. 2005	658	108	766	92	-6	38	890	439,72
IV кв. 2005	569	106	675	69	0	84	828	484,20
I кв. 2006	521	112	633	91	-2	113	835	554,07
II кв. 2006	532	115	647	100	-7	49	789	627,71
III кв. 2006	605	115	720	111	-4	19	846	621,67
IV кв. 2006	624	116	740	119	-9	79	929	613,21
I кв. 2007	584	116	700	120	-11	36	845	649,82
II кв. 2007	701	119	820	139	-12	-3	944	666,84
III кв. 2007	630	118	748	111	-9	139	989	680,13
IV кв. 2007	511	113	624	71	-4	78	769	786,25
Сер. зн.	627	110	737	104	-9	53	885,9	538,45
Сер. кв. відх.	73,9	6,3	72,8	19,2	5,4	46,7	83,4	125,49
Коеф. вар., %	11,8	5,7	9,9	18,4	-61,1	87,8	9,4	23,3
Dісер/D7сер	0,71	0,12	0,83	0,12	-0,01	0,06	1,00	

де D1 – попит ювелірної промисловості, т; D2 – попит решти виробництва (без ювелірної промисловості) та стоматології, т; D3 – сумарний попит виробництва (D1+D2), т; D4 – інвестиції у зливки та монети, т; D5 – інші інвестиції, т; D6 – електронні індекси ETF, т; D7 – сумарний попит, т; C – ціна золота у Лондоні, доларів США за тройську унцію.

Як бачимо із таблиці 3.4.3, головним споживачем фізичного золота є ювелірна промисловість. Саме ця галузь промисловості формує найбільший і досить стабільний попит. Так, сумарний попит ювелірної промисловості у 2007 році склав за попередніми даними 2426 тон, що становило 68,4% від загального попиту та приблизно дорівнювало загальному обсягу видобутого у 2007 році золота. Найбільшими споживачами золота для виробництва ювелірної продукції є такі держави, як Індія, Сполучені Штати Америки, Китай, Туреччина та Саудівська Аравія. Важливою рисою попиту ювелірної промисловості на золото є той факт, що ювелірна продукція є продуктом розкоші, а отже вимагає і відповідного зростання рівня забезпеченості населення. Так, значні темпи економічного зростання у Китаї та Індії та підвищення загального життєвого рівня населення цих держав призведуть, напевно, до відповідного зростання і попиту на золото для задовільнення потреб населення. В цілому ж для попиту на ювелірну продукцію важливим є загальний стан світової економіки. Так, навіть за незначних темпів загального економічного зростання, імовірність зменшення попиту на ювелірну продукцію є досить низькою. Якщо ж розглядати сценарій розвитку глобальної економічної кризи, то падіння попиту на золото з боку ювелірної промисловості є досить імовірним. Однак, у такому випадку слід очікувати на відповідне зростання інвестиційного попиту, головною метою якого буде збереження коштів в умовах економічної нестабільності. Дані таблиці 3.4.3 про попит ювелірної промисловості відображають попит на золото для виготовлення нових ювелірних виробів та годинників як із чистого золота, так і зі сплавів золота з іншими металами. У середньому протягом розглянутого періоду попит даної групи складав 627 тон на квартал із коефіцієнтом варіації $V_{D1}=11,8\%$, поступаючись за стабільністю лише попиту галузі стоматології та решти виробництва та становив близько 71% від сумарного попиту.

Наступними після ювелірної промисловості споживачами золота є галузі промислового виробництва та стоматології. Так, завдяки хімічній

інертності та стійкості до корозії золото набуло широкого використання в електротехніці та медицині. Окремо від традиційного використання золота у промисловості, значна увага приділяється також використанню золота у сфері нанотехнологій, де воно завдяки своїм хімічним якостям має надзвичайно високий потенціал. В цілому, очікують і на подальше зростання попиту на золото у високотехнологічному виробництві [10, с. 7].

Третім як за обсягами, так і за стабільністю, є попит на золото, який формується інвестиціями фізичних осіб у золоті зливки та монети. Значною мірою попит на золото від населення є наслідком як бажання зберегти кошти від інфляції, так і недовірою певної частини населення до банківської системи та інших фінансових інструментів. Середній обсяг попиту по даній групі лише трохи поступається попиту виробництва і складає у середньому 104 тони на квартал з коефіцієнтом варіації $V_{D4}=18,4\%$ та становить близько 12 відсотків від загального попиту.

Наступна категорія попиту на золото формується золотом, яке купується фондовими біржами для забезпечення торгівлі електронними індексами ETF. Exchange Traded Funds (ETF) – це індекси, які повторюють ціну базового активу та є біржовими фінансовими інструментами. Перший золотий ETF було організовано Австралійською фондовою біржою під назвою Gold Bullion Securities. Даний інструмент торгується на біржі як акція під кодом “GOLD” паралельно з іншими акціями. Золото для забезпечення ETF купується та розміщується біржою у обраного партнера. На даний момент золоті ETF широко представлені на багатьох фондових біржах. Серед них Лондонська фондова біржа, Нью-Йоркська фондова біржа та інші. Головною перевагою золотих ETF порівняно з купівлею фізичного золота є значно менші витрати на переміщення та зберігання. В цілому, в останні роки спостерігається зростання інтересу до ETF, як до зручного інструменту як для короткострокових спекуляцій, так і для формування збалансованих інвестиційних портфелів. Середній квартальний попит на золото в даній групі складає 53 тони, що становить близько 6 відсотків від загального

попиту, однак явними є значні коливання попиту, на що вказує коефіцієнт варіації $V_{D6}=87,8\%$. Виходячи зі зручності золотих ETF для коротко- та середньострокових операцій, можна очікувати на подальше зростання попиту на золото у даній групі. Остання категорія попиту – інші інвестиції, представлена переважно операціями фізичних осіб із золотом у Європі та Північній Америці. Середній обсяг попиту даної групи дорівнює – 9 тон на квартал, що вказує на перевищення обсягів продажу золота населенням над обсягами його купівлі.

Знаючи обсяги окремих категорій попиту на золото можемо визначити парні коефіцієнти кореляції між обсягами попиту на золото та його ринковою ціною. У таблиці 3.4.4 наведено розраховані коефіцієнти кореляції.

Таблиця 3.4.4

Коефіцієнти кореляції між обсягами попиту на золото та його ціною

r(x,y)	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
C	-0,5253	0,682	-0,4778	-0,2259	0,371	0,2258	-0,3232
	p=0,097	p=0,021	p=0,137	p=0,504	p=0,261	p=0,504	p=0,332

де D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7 – аналогічно до таблиці 3.4.3

Данні таблиці 3.4.4 свідчать, що найбільш тісний зв'язок з ціною серед усіх груп попиту спостерігається по групі виробництва та стоматології із коефіцієнтом кореляції $r(D2,C)=0,68$. Додатне значення коефіцієнту кореляції вказує на переважно одночасне зростання і зниження як попиту, так і ціни на золото. Однак, частка попиту даної групи у загальному обсязі становить лише 12%, що не дозволяє зробити висновок про переважність впливу саме попиту даної групи на формування динаміки ринкової ціни на золото. Окрім того, не зменшення попиту в даній групі при збільшенні ціни на золото вказує на певну його нееластичність.

Показники попиту ювелірної промисловості та інвестицій у зливки та монети характеризуються від'ємними коефіцієнтами кореляції із показником ціни, які дорівнюють -0,53 та -0,23 відповідно. Абсолютні величини даних

показників не дозволяють зробити висновок про наявність тісного зв'язку, але від'ємні їх знаки вказують на збільшення попиту при зниженні ціни та зменшення попиту при її підвищенні. Така поведінка попиту вказує на певну його еластичність та здійснює стабілізуючий вплив на ціну, зменшуючи її можливі коливання. Обсяги попиту на золото для ETF та інших інвестицій не виявляють тісного зв'язку із ціною на золото та характеризуються позитивними значеннями коефіцієнтів кореляції, які не перевищують 0,371. Нарешті, коефіцієнт кореляції між сумарними обсягами попиту на золото та його ціною становить -0,32 із імовірністю помилки $p=0,332$ та не дозволяє зробити висновок про стабільне зменшення попиту при збільшенні ціни на золото та збільшення попиту при її зменшенні.

Таким чином, отримані коефіцієнти кореляції між показниками попиту і пропозиції золота та його ціною не дозволяють зробити висновок про наявність між ними тісного зв'язку. Однак, такі результати суперечать економічній теорії та вимагають пошуку причин, які призводять до таких суперечностей.

На нашу думку, головною причиною отриманих суперечностей є неповнота даних про попит і пропозицію золота, які надаються WGC та GFMS Ltd. Так, наведені дані відображають тільки кінцевий попит та охоплюють лише той обсяг золота, який якісно змінює свого власника та залишає або потрапляє на організований ринок. Для показників пропозиції – це золото, яке продається компаніями виробниками, центральними банками, афінажними заводами після переплавки золотого лому та іншими суб'єктами. Покупцями у такому випадку виступають оператори міжбанківського ринку золота, які при певних умовах та домовленостях можуть повідомляти про такі операції. Відповідно, для показників попиту – охоплюється лише той обсяг золота, який залишає організований ринок. У той самий час, не врахованими залишаються значні обсяги попиту та пропозиції золота, які не залишають організований ринок.

Так, операції, за яких здійснюється купівля та продаж золота між якісно різними суб'єктами, не впливають безпосередньо на процес формування ринкової ціни на золото. Це пояснюється тим фактом, що безпосередньо ринкова ціна золота формується на організованому ринку, учасники якого діють не тільки як брокери, але і як дилери – у своїх інтересах. Таким чином, продаж певного обсягу золота виробником компанії учаснику організованого ринку золота ще не означає, що наслідком даної операції стане продаж того самого обсягу на організованому ринку, що здійснить вплив на ринкову ціну золота. Відповідно, і продаж компанією учасником ринку певного обсягу золота поза організованим ринком не обов'язково призведе до купівлі відповідного обсягу золота на організованому ринку, що призвело б до зростання ринкової ціни.

Таким чином, золоті запаси учасників організованого ринку золота виконують роль своєрідного буферу між кінцевими попитом та пропозицією, динаміка та обсяги яких відомі та попитом та пропозицією на організованому ринку, які безпосередньо приймають участь у формуванні ринкової ціни та дані про які є конфіденційними.

3.4.2. Особливості функціонування регіонального ринку цукру (на прикладі Одеської області)

Ринок цукру – важливий сектор продовольчого ринку України. Цукор – це не тільки стратегічний продовольчий товар, але й сировина для багатьох підприємств харчової, фармацевтичної і хімічної промисловості. Крім того, ринок цукру привабливий своєю капіталомісткістю і динамічністю з точки зору цінової кон'юнктури. В економіці держави цукробуряковий підкомплекс завжди мав стратегічне значення. Однак, за роки ринкових реформ галузь буряківництва зазнала значних змін. Виникли нові форми господарювання, проведена приватизація землі, створюються умови, які дають змогу

буряківникам реалізувати свій інтерес розвитком підприємницької діяльності. Загальна соціально-економічна кризова ситуація в агропромисловому комплексі зумовила виникнення в останній час також і цукробурякової кризи. Незважаючи на реформаторські дії керівництва країни підкомплекс цукробуряківництва довго знаходився у стані зтяжної економічної кризи і лише в останні два роки намітились деякі ознаки руху вперед. Ця тенденція характерна взагалі на макрорівні мала відповідний прояв і на рівні такого регіону як Одеська область про що свідчить динаміка валового збору цукрових буряків (фабричних) в цілому по області та у розрізі адміністративних районів (див. табл. А.1) та урожайності цукрових буряків (див. табл. А.2). Порівняно з 2001 роком валовий збір цукрових буряків (фабричних) в Одеській області протягом останніх шести років мав стійку тенденцію до зниження. Особливо це зменшення мало місце у 2005 році (більше ніж у 2 рази) та у 2007 році (майже у 4,5 рази).

Урожайність цукрових буряків (фабричних) в Одеській області за період, що підлягає дослідженню, взагалі мала тенденцію до зростання (майже на половину у 2006 році). Вищезазначений тренд мав прояв на рівні середньої величини по області і зовсім не є характерним до її окремих адміністративних одиниць, де урожайність цукрових буряків (фабричних) змінювалась архаїчно рік від року не маючи чітко вираженої тенденції. Окрім агротехнічних та економічних факторів на її рівень мали вплив також і погодні коливання.

Зменшення виробництва цукрових буряків (фабричних) в Одеській області, як свідчать попередні дані, не могло не вплинути і на виробництво цукру-піску, що ілюструє зміст таблиці 3.4.5.

Порівняно з 1990 роком обсяг виробництва цукру-піску в області зменшився більше ніж у 16 разів, в той час як виробництво цукру-піску з цукрових буряків скоротилося лише більш ніж у 3 рази до 30,2 тис. т. у 2007 році. Слід зазначити, що в 2008 та 2009 роках виробництво цукру на Одещині взагалі припинилось, а існуючі підприємницькі структури, що пов'язані з

цукром, займаються лише його збутом. Останніми виробничими суб'єктами на ринку були ВАТ «Котовський цукровий завод», ЗАТ «Одеська цукрова компанія», Іванівське ВАТ АПК «Південний» та ЗАТ «Заплавський цукровий завод».

Таблиця 3.4.5

**Виробництво цукру-піску в Одеській області
у період з 1990 по 2007 рр.**

	<i>(тис. т)</i>				
	1990	1995	2001	2002	
Цукор-пісок	486,2	233,8	93,3	171,9	
у тому числі з цукрових буряків	102,0	47,4	41,5	30,6	
	2003	2004	2005	2006	2007
Цукор-пісок	340,3	169,3	107,9	80,9	30,2
у тому числі з цукрових буряків	31,6	49,2	37,7	74,1	30,2
За даними [2, с.21]					

Обсяг реалізації виробленого цукру на Одещині, починаючи з 2004 року по 2007 рік мав тенденцію до зменшення на фоні стійкої тенденції зростання обсягів виробництва харчових продуктів та напоїв в цей період. Отже, враховуючи позитивну динаміку зростання цін на харчові продукти в цей період слід зазначити стійке скорочення обсягу виробництва цукру в натуральному виразі в регіоні.

У 2007 році порівняно з 2002 роком частка реалізованої продукції, що припадає на виробництво цукру в загальному обсязі реалізації харчової промисловості регіону зменшилась на 1,4% пункти (з 4,1% до 2,7%).

Як свідчать дані таблиці 3.4.6, у 2007 році порівняно з 2000 роком обсяги виробництва цукру в Одеській області збільшилися на 18,8%, хоча ця тенденція ілюструє лише вартісну сторону процесу і прикриває реальне зменшення фізичних обсягів виробництва цукру через постійне зростання цін на цукор на фоні сталої динаміки обсягів реалізації вироблених харчових продуктів та напоїв.

Таблиця 3.4.6.

Індекси обсягів продукції за видами діяльності

В Одеській області*

(відсотків)

	До попереднього року						2007 до 2000
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	122,6	135,7	93,0	115,7	112,0	102,3	233,9
у тому числі							
виробництво харчових продуктів, напоїв	122,7	135,7	93,0	115,7	112,0	102,3	234,1
виробництво цукру	267,8	173,1	47,9	60,8	119,7	45,3	118,8

* За даними [2, с.16].

Зростання цін на вироблений цукор з 2004 року по 2007 за виключенням 2006 року на Одещині, що характеризують ланцюгові темпи приросту наведене у таблиці 3.4.7 лише стверджує попередні висновки, щодо стійкого скорочення фізичних обсягів виробництва цукру в регіоні.

Таблиця 3.4.7

Індекси цін за видами діяльності

(відсотків; грудень до грудня попереднього року)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	98,3	117,2	107,6	104,9	109,7	123,8
У тому числі						
виробництво харчових продуктів, напоїв	98,3	117,2	107,6	104,9	109,7	123,8
виробництво цукру	–	100,0	102,8	121,9	97,1	116,8

* За даними [2, с.17].

Як свідчать дані таблиці 3.4.8, ланцюговий індекс цін виробників цукру на фоні інших окремих видів харчових продуктів та напоїв мав значення трохи нижче ніж у попередньому році лише у 2006 році, що пояснюється особливостями регулювання ринку цукру та його кон'юнктурою.

Таблиця 3.4.8

Індекси цін виробників на окремі види харчових продуктів, напоїв

(відсотків; грудень до грудня попереднього року)

	2006	2007
Ковбасні вироби	99,5	117,5
Напівфабрикати м'ясні (включаючи з м'яса птиці)	92,7	110,7
Соки фруктові та овочеві, нектари	122,6	106,7
Овочі консервовані натуральні	97,1	133,6
Молоко оброблене рідке	107,8	146,2
Масло вершкове жирністю до 85%	107,6	153,1
Сир сичужний	104,7	145,3
Борошно пшеничне чи пшенично-житне	132,7	113,3
Вироби хлібобулочні	110,1	114,9
Цукор-пісок	97,1	116,8
Вироби кондитерські з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао	109,0	141,3
Коньяк, бренді	111,5	103,5
Горілка, інші міцні спиртві напої	121,1	107,0
Вино "Шампанське"	125,3	109,4
Вина виноградні	104,5	113,6
Безалкогольні напої	107,4	103,7

* За даними [2, с.24].

Істотною характеристикою рівня споживання продуктів харчування в регіоні є виробництво найважливіших видів харчових продуктів та напоїв на одну особу/ Інформація про виробництво цукру-піску на Одещині характеризують дані таблиці 3.4.9.

Таблиця 3.4.9.

Виробництво цукру-піску на
одну особу населення в Одеській області

	1990	1995	2001	2002	
Цукор-пісок	183,4	76,0	37,6	70,0	
у т. ч. з цукрових буряків	38,5	18,4	16,7	12,5	

	2003	2004	2005	2006	2007
Цукор-пісок	139,5	69,9	44,8	33,7	12,6

* За даними [2, с.36].

Виробництво цукру-піску 1990 року по 2007 рік в Одеській області на одну особу населення зменшилось у 14,5 раз, хоча в окремі роки ця тенденція порушувалась його майже двохкратним зростанням (наприклад, 2003 рік відносно 2002 року). В той же час обсяг виробництва цукру на одну особу населення з цукрових буряків мав стійку тенденцію до зменшення і у 2002 році склав 12,5 кг, що у 3 рази менше ніж у 1990 році. З 2003 року цукор-пісок з цукрових буряків на Одещині не вироблявся.

В Україні відсутня цілеспрямована політика формування системи ринків. Саме тому сучасний аграрний ринок України представлений торгівлею продовольчими товарами без належної інфраструктури продовольчого ринку.

Технологічні схеми переробки цукрових буряків і виробництва цукру на заводах України не мають істотних відмінностей від європейських, хоча поступаються їм за рівнем технічних рішень та автоматизації виробництва.

В Україні залишається вкрай недосконалим механізм взаєморозрахунків між бурякосіючими підприємствами та цукровими заводами, що не сприяє поліпшенню умов функціонування бурякосіючих підприємств, а цукрові заводи призводить до банкрутства.

Нині цукробуряковий продовольчий підкомплекс відійшов від централізованого управління виробництвом продукції, лібералізовано ціни на цукор. А це означає, що галузь перебуває в умовах нерегульованого, стихійного, руйнівного ринку, гіршого від того, який діяв свого часу в Україні до його галузевого регулювання. Проблеми бурякоцукрового продуктового під комплексу значною мірою породжені загальноекономічною кризою, посиленням низки негативних суб'єктивних чинників, зокрема таких, як збереження адміністративно-розподільних методів у регулюванні економічних процесів, відсутність ринкового досвіду управлінських кадрів, чіткої експортної політики. Загалом сучасна система управління під комплексом є незбалансованим конгломератом традиційних управлінських структур та нерегульованих ринкових відносин [1,с.109].

Порушення паритету цін аграрної і промислової продукції, втрата ринків збуту цукру країн, низька купівельна спроможність населення України, вимушений перехід сільського господарства на давальницькі умови переробки сировини на тлі хронічних неплатежів і невиконання заробітної плати призвели до видимості надвиробництва цукру. Нерозвиненість інфраструктури ринку (відсутність достатньої кількості гуртових торгових установ, складських приміщень, посередників тощо) призвела до реалізації цукру за цінами нижчими собівартості (демпінгові ціни).

Спрацювання основних фондів цукрових заводів складає близько 80%, що визначає їх дуже низьку ліквідність. Власне банківська система України перебуває у стадії становлення, кредитні ресурси банків незначні, що визначає прагнення до залучення іноземних кредитів, де заставою виступає майбутній цукор.

Переробка цукрових буряків на давальницьких умовах не вигідна цукровим заводам і виробникам сировини. За відсутності власних коштів у заводів, державних пільгових кредитів, проблематичності отримання кредитів комерційних банків, переробка цукрових буряків за давальницькою схемою дозволяє заводам працювати, а виробникам сировини на

мінімальному рівні само забезпечитися матеріально-технічними ресурсами. [1, с.112-113].

Традиційна система гуртового ринку зараз зруйнована, він трансформувався у роздрібний. Існування значних потоків бартерно-обмінних і давальницьких зв'язків об'єктивно зумовлює гуртово-ринковий режим.

Зростання обсягів нерегульованого збуту продукції середніми і дрібними гуртовими партіями, з одного боку, дестабілізує умови державного регулювання ринку (середньо-гуртового), а з іншого – створює реальні передумови функціонування біржового ринку, як основної форми керованого і регульованого спрямування продуктопотоків, формування прозорої системи ціноутворення, стандартизації, сертифікації, умов збуту тощо.

Масштаби поширення роздрібної торгівлі на ринку аграрної продукції зростають за часткою проходження кількості продукції поза каналами підприємств торгівлі і за кількістю суб'єктів ринку (і розмірів партій продукції). [1, с. 118].

Практика останніх років переконливо свідчить, що регулювання ринку продовольства монетарно-фіскальними методами на макроекономічному рівні не забезпечило повнокровного функціонування підприємств аграрного сектору.

Особливістю організованого аграрного ринку є те, що його неможливо освоїти в окремому регіоні. Загальні принципи і єдині підходи повинні втілюватися у життя одночасно у межах національного ринку і на чіткій нормативно- законодавчій основі.

РОЗДІЛ 4.

ІННОВАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

4.1. Внутрішні джерела інноваційного розвитку підприємств як провідних суб'єктів ринку товарів та послуг

Розбудова ринкової економіки за часів незалежності проводиться доволі повільно і з труднощами, в першу чергу тому, що не визначено ефективної стратегії економічного розвитку України. Тільки в останній час висунуто і почалося запровадження в практику ринкових перетворень інноваційної моделі економічного розвитку. Саме інноваційна модель розвитку економіки стає пріоритетом соціально-економічної політики України.

Глобальні зрушення, що відбуваються у світовій економіці, викликані сучасним етапом науково-технічної революції, яка забезпечує стрімке економічне зростання для багатьох країн світу. Розвиток світової цивілізації забезпечується станом та рівнем впровадження у виробничі процеси сучасних новітніх технологій та нових видів сировини і енергетичних ресурсів. Україна, як європейська держава має сприятливе геополітичне становище та великий науково-технічний потенціал, що не використовується у повній мірі. Так, на рівні передових світових технологій відбувається реалізація деяких великих національних проектів у машинобудуванні, транспортному будівництві, виробництві військової техніки, аерокосмічній галузі. Однак, забезпечення інноваційного типу розвитку економіки потребує глибоких теоретичних досліджень сутності інновацій, а також розбудови механізмів реалізації моделі інноваційного розвитку, пошуку шляхів та засобів фінансових важелів стимулювання науково-технічних розробок із подальшим їх впровадженням у виробничу сферу.

Проблеми формування інноваційної моделі розвитку економіки досліджувалися відомими науковцями, такими як Н.Іванова, яка поставила питання про особливості формування національних інноваційних систем [1]. Нею дано глибоке осмислення теоретичних передумов національних інноваційних систем і проведено порівняльний аналіз масштабів, структури та тенденцій інноваційного розвитку у підприємницькому секторі економіки країн світу.

Визначним вкладом у скриню української наукової думки слід вважати працю А.Гальчинського, В.Гейця, А.Кінаха та В.Семіноженко “Інноваційна стратегія українських реформ” в якій наведено стратегічні орієнтири економічної трансформації в Україні, вказано на державні пріоритети розбудови негуманітарної економіки та напрямки реалізації форвард-стратегій українськими компаніями. Дана праця є на нашу думку найбільш змістовною науковою роботою, в якій детально та всебічно розкривається процес “українських реформ другого покоління” у контексті світової глобалізації. Особливо цінними є пропозиції розбудови інноваційної моделі економічного зростання в країні за умов інформаційної революції, тобто “інформглобалізації”[2].

В.Кардаш, І.Павленко, О.Шафалюк дослідили техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій, вказали механізм товарної інноваційної політики. Доволі цікавим в їх спільній праці є оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту, критеріїв ринкового попиту на інноваційні продукти [3].

Незважаючи на велику кількість публікацій, проблеми інноваційних перетворень в економіці України залишаються ще не розкритими до кінця і потребують скрупульозного вивчення особливостей побудови інноваційної моделі. В ракурсі цієї проблеми слід вказати на генеруючі зовнішні та внутрішні джерела формування самої інноваційної моделі та визначення якого власне типу повинна бути така модель, бо в залежності від типу моделі змінюються і джерела її розвитку. Поставлена задача направлена на

вирішення головної, на нашу думку, мети – віднайти джерела розбудови інноваційної моделі регіональної економіки, що мають бути безумовно як, так і зовнішніми за характером свого існування і націлені на реалізацію стратегічних пріоритетів України.

Інноваційна модель розвитку економіки - це теоретико-методологічне вираження інноваційних пріоритетів, напрямків, структур, мотивацій, стратегій, механізмів, які спрямовані на формування інноваційного типу розширеного відтворення національної економіки.

Інноваційна модель розвитку може бути використана глобально, як в національних масштабах, так і для окремих територій, галузей, підприємств. Вона може бути базовою для розширеного відтворення всіх форм власності на засадах використання інноваційних ідей і продуктів. Інноваційна модель, об'єднавши економічні інтереси, може формувати гнучке наукомістке виробництво та ринок інноваційних продуктів, інтегрувати спільні зусилля держави і підприємців для розробки й реалізації стратегічної інноваційної політики [4].

Практика побудови інноваційних моделей у економіках розвинутих країн передбачає три типи інноваційного розвитку:

1) Орієнтацію на резерви в науці та реалізацію великомасштабних цільових проектів, які охоплюють усі стадії науково-виробничого циклу. Така модель знайшла широке застосування у США, Франції, Англії.

2) Орієнтацію на поширення нововведень шляхом створення сприятливого інноваційного середовища і раціоналізацію структури економіки, що втілено в економіках Німеччини, Швеції та Швейцарії.

3) Орієнтацію на стимулювання нововведень шляхом розвитку інноваційної інфраструктури, забезпечення сприятливості досягнень науково-технічного прогресу і координацію дій різних секторів у сфері науки і технологій, що поширено у Японії та Південній Кореї.

Досвід розвинутих країн підказує нам найбільш поширені моделі інноваційного розвитку, які при певних умовах і обставинах можуть буди

залучені і до розбудови нашої економіки. Однак слід мати на увазі, що не все іноземне можна впроваджувати в практику реформування національної економіки. Те, що знайшло широке застосування на Заході, може бути вкрай несприятливе в умовах України. Тому слід виважено віднестися до формування національної інноваційної моделі, яка повинна наслідувати все позитивне, що мають моделі розвинутих країн, і разом із тим, мати свою специфіку, яка б враховувала особливості української економіки, підприємництва, менталітету та культурно-історичних традицій нашого народу.

Так, у вітчизняній економічній літературі пропонується застосувати шість інноваційних моделей економічного розвитку [4]:

1. Модель активної дифузії інновацій, яка полягає у взаємодії державних органів влади із науковими установами, вищими навчальними закладами, науково-дослідними та дослідно-конструкторськими установами з подальшим втіленням до сфери виробництва і широким використанням у господарському комплексі країни.

2. Модель державної підтримки інноваційних фірм націлена на широку державну підтримку структур інноваційного бізнесу за допомогою фінансово-кредитних важелів та правового захисту.

3. Модель створення локальних інноваційних форм та структур у вигляді науково-технологічних парків, територіальних науково-технічних центрів, технополісів тощо, в яких сконцентрувати значний науковий, освітній, виробничий та фінансовий потенціал, націлений на вирішення гострих господарських проблем національного значення.

4. Модель міжгалузевих науково-технічних комплексів, може бути представлена кооперацією науково-дослідних установ різних за галузевим призначенням напрямків, що акумулюють у собі великий виробничий потенціал сфери високих технологій.

5. Модель міжнародного науково-технічного співробітництва яка націлена на міжнародний трансферт наукомістких технологій та обмін новітніми науковими розробками та продуктами.

6. Модель тісної співпраці та науково-технічного співробітництва між країнами СНД, що основана на спільних програмах, науково-технічних проектах та взаємовигідних замовленнях.

Пропоновані моделі мають бути детально розроблені і впровадженні до використання як стратегічно обґрунтовані та методично забезпечені цілісні програми освоєння досягнень науково-технічного прогресу. Кожна модель може мати свої пріоритети та використовуватися на певних напрямках і у визначений час структурної перебудови економіки країни. Акцент впливу може зміщуватися від однієї моделі до іншої, від однієї форми до другої, але всі вони повинні бути максимально задіяні у формуванні нового, інноваційного типу економічного потенціалу.

Кожна модель втілює у собі певні джерела її формування та саморозвитку, які ми поділяємо на зовнішні та внутрішні. Всю сукупність зовнішніх факторів впливу на розвиток окремої моделі можна виразити через силову направленість міжнародного трансферту інноваційних технологій. Головною формою передачі передових наукомістких технологій є в першу чергу стратегічні альянси.

Міжнародні стратегічні альянси являють собою організаційні структури, створені на основі науково-технічної кооперації між провідними у світі компаніями та фірмами, які утворюються на основі внесків як фінансового, так і інтелектуального характеру з метою отримання науково-технічних знань в певних галузях науково-технічного прогресу. Самі альянси залишаються економічно самостійними та незалежними структурами, пов'язаними лише системою розроблюваних та впроваджуваних інноваційних проектів різних за рівнем складністю та глибиною дослідження, але тісно пов'язаними системою науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок на дослідницьких робіт.

Створення стратегічного альянсу, в якому можуть прийняти участь і українські компанії, можна представити у вигляді схеми (див.рис. 4.1.1).

На основі досліджень вітчизняних науковців в Україні з'явилися перші стратегічні альянси, які представлені міжнародним консорціумом “Sea Launch Limited Partnership”, засновником якого стала всесвітньо відома фірма “Boeing”, російська ракетно-космічна корпорація “Енергія”, норвезька “Kvaerner”, а також два українських підприємства – КБ “Південне” і “Південний машинобудівний завод”. Ефективним виявилось створення альянсу між Київським науково-виробничим концерном “Наука”, НДІ “Мікроприлад”, Світловодського заводу чистих металів, що розташований під Кіровоградом та Санкт-Петербурзьським фізико-технічним інститутом для реалізації проекту “Нанофізика і наноелектроніка”. Багато років співпрацює об'єднання АНТН ім. Антонова з китайською аерокосмічною компанією “China Industry Corp.” Саме така плідна співпраця дає позитивні наслідки і допомагає просуватися українським фірмам до світових ринків наукомісткої продукції та новітніх технологій [4].

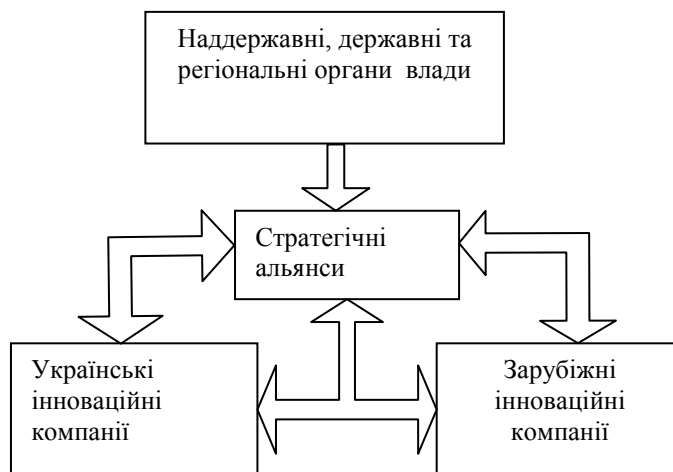


Рис. 4.1.1. Схема формування міжнародних інноваційних стратегічних альянсів.

Не менш важливим чинником, що сприяє розбудові міжнародних стратегічних альянсів, стають кредити міжнародних фінансових організацій. Підтримка міжнародних організацій особливо бажана в останні часи, коли

власних коштів на розробку інновацій в українських підприємствах на вистачає, а приплив і закордону фінансової допомоги уповільнився в силу політичних обставин, пов'язаних із формуванням негативного іміджу України деякими засобами масової інформації на Заході. Проблемними західні кредити стають і в силу того, що вони, по-перше, не впливають ефективно на формування інноваційного типу української економіки, тому що у свої більшості розкрадаються і поповнюють бюджети тіньових структур господарства, які як правило кримінальні і корумповані. По-друге, надання іноземних кредитів пов'язане із обмеженням суверенітету держави і впливом на характер проведення структурних перетворень ринкової економіки.

Іноземні інвестори видають кредити на розбудову сировинної структури української економіки і ставлять за мету закріпити Україну у числі країн аграрно-сировинного типу економіки, перетворити її на сировинний придаток міжнародних монополій. Така фінансово-політична направленість іноземної допомоги не може задовольнити пересічного громадянина нашої країни, а тим більше її керівні органи, які не можуть, та і не мають права йти на повіді міжнародних фінансово-кредитних організацій.

Враховуючи недостатній вплив на розвиток інноваційного потенціалу України зовнішніх джерел, слід сконцентрувати особливу увагу на внутрішніх ресурсах, які на нашу умку, недостатньо використовуються і існує значний нереалізований резерв, що повинен бути задіяний у ближчий час. Сприятливі умови вилученню внутрішніх джерел інноваційного розвитку повинен фінансово-кредитний механізм, якого до цього часу створити не вдалося, але вже закладені підвалини його структурного формування і визначено направлення дії. Пропонована структура фінансово-кредитного механізму інноваційного розвитку, яка охоплює всі структурні елементи представлена на рис. 4.1.2.

У структурі фінансово-кредитного механізму виділено дві підсистеми: джерела фінансово кредитного забезпечення та фінансово-кредитне регулювання, остання підсистема власне і складає сутність самого механізму.

До головних структурних елементів фінансово-кредитного регулювання відносяться методи розподілу доходів інноваційних структур економіки; інструменти фінансово-кредитного регулювання, тобто всі податки, внески, відрахування, кредити та дотації, отримані від владних структур для подальшого використання, які використовують як стимули, або санкції. Останні виступають у вигляді важелів впливу на фінансово-кредитну політику підприємств та фірм інноваційного типу розвитку.



Рис.4.1.2. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку підприємств

Не менш важливим чинником успішної інноваційної політики є пошук та використання джерел інноваційного розвитку. Головними із них є державне фінансування, державне кредитування та самофінансування. Якщо процедура реалізації державних фінансів та банківських кредитів доволі ґрунтовно розроблена і використовується повсякчасно, то методи самофінансування не розроблені достатньою мірою і потребують всебічного вивчення.

Проблемним досі є використання головних джерел інноваційного розвитку підприємств, тобто власних фінансових ресурсів, а саме – прибутку та амортизаційних ресурсів. Саме вони є тим резервом, залучення якого дасть значний приток фінансових ресурсів в процес інноваційних перетворень українських підприємств.

Таким чином, інноваційні перетворення є перманентним процесом структурної трансформації економіки України, тому що рівень розвитку та динамізм інноваційної сфери – науки, нових технологій, наукоємних галузей та окремих компаній, складає основу стійкого економічного зростання і визначає межу між бідними та багатими країнами світу. Швидкі темпи науково-технічного зростання, бурхливий розвиток наукоємних виробництв стали головною умовою прориву деяких країн світу, в минулому аграрних, в число світових лідерів та закріплення на цих позиціях. Тому державна політика націлена на створення інноваційної моделі економічного розвитку, яка формується виходячи із досвіду передових країн світу та враховує вітчизняні особливості української економіки. Увага зосереджується на шести інноваційних моделях. Кожна із яких має свої особливості та концептуальну відмінність від інших моделей, але всі вони націлені на вирішення однієї головної задачі - прискорити економічне зростання економіки.

Впровадження в практику українських реформ обраної в даних конкретних умовах інноваційної моделі, потребує пошуку джерел її розвитку, до яких ми віднесли зовнішні джерела: тісна кооперація із світовими лідерами науково-технічного прогресу, створення міжнародних стратегічних альянсів в окремих галузях економіки, поширення міжнародного трансферту технологій, залучення іноземних фінансових ресурсів, банківських кредитів тощо. Важливими внутрішніми джерелами стають фінансово-кредитні механізми акумулювання коштів на підприємствах та організаціях з метою фінансування інноваційних розробок.

Вибір напрямків діяльності підприємства здійснюється за умов продуманої стратегії його економічного розвитку. З урахуванням значного впливу науково-технічного прогресу на сучасні економічні процеси в Україні, слід розробляти та втілювати в практику господарювання підприємства стратегію активної реакції на інноваційні зрушення, що пов'язані з динамічними процесами в сфері високих технологій. При формуванні стратегії науково-технічного розвитку підприємства на перспективу та тактики дій, спрямованих на їх досягнення, слід особливу увагу приділяти невизначеності та непередбачуваності інноваційних перетворень в виробничій сфері, викликаних стрімким розвитком новітніх технологій.

Проблеми втілення в практику діяльності підприємств стратегії науково-технічного розвитку розглядалися вченими [6, 7], але ними не акцентовано уваги на активність та швидкість реакції підприємства на скоробіжні досягнення науки та техніки. Так, в західних виробничих структурах, втілення у виробництво новітніх розробок здійснюється впродовж кількох неділь, або навіть днів. У Силіконовій долині новітня розробка експлуатується вже через кілька годин, що приносить значні прибутки і сприяє кардинальним змінам всієї технологічної структури підприємства. Разом із тим, інноваційні впровадження у виробництво є досить капіталомістким процесом і потребує значних фінансових вкладень, тому стратегії підприємства повинна забезпечувати досягнення довгострокових цілей при ефективній фінансовій політиці. Невиправдане впровадження новітньої технології в сукупності із значною структурною зміною виробничих фондів та фінансовими впливання може підірвати ефективність підприємства, знизити його конкурентоспроможність, а іноді навіть призвести до банкрутства.

Тому метою нашого дослідження є розробка та впровадження моделі продуманої і гнучкої стратегії активної реакції підприємства на інновації, яка витікає із далекосяжних перспектив оновлення всієї технологічної

структури та технічного переозброєння і повинна стати головною метою розвитку підприємства. Тільки за такої стратегії можна сподіватися на адаптованість підприємства до вимог сучасного ринку із його різкою зміною кон'юнктури, викликаної в першу чергу стрімким розвитком науково-технічного прогресу.

Серед багатьох типів стратегій, слід виділити таку, які в більшій мірі забезпечує стрімку реакцію на технологічні зрушення. В науковій економічній літературі такі стратегії називають “стратегії технологічного стрибка”, “форвард-стратегії” [1, 2]. Ми схильні вважати, що як би їх не назвали, але активна реакція на інновації повинна переважати при виборі перспектив розвитку підприємства і стати наріжним каменем його стрімкого економічного розвитку.

Для такої стратегії характерні радикальні рішення широкого кола науково-технічних задач розвитку, які базуються на використанні інформаційного ресурсу як самого підприємства, так і спеціалізованих інформаційних органів, що пропонують пошук і надання новітніх науково-технічних розробок та методів їх використання. Центри науково-технічної інформації, роль та значення яких в останні часи знизилися, повинні відроджуватися та знайти своє чільне місце на інформаційному ринку науково-технічної продукції. Характерною рисою стратегії активної реакції на інновації є проведення всебічних, пошукових науково-дослідних робіт, що дозволять не тільки винайти шляхи швидкого використання вже відомих винаходів, але знайти специфічні для самого підприємства можливості їх удосконалення та подальшого пошуку в напрямку розробки новітніх технологій на принципово новій технологічній основі.

Застосування стратегії активної інноваційної дієвості підприємства передбачає поширення інтелектуалізації праці, коли кожний працівник перетворюється на раціоналізатора, пошукача та винахідника, що потребує значних коштів на постійне підвищення кваліфікації, можливо навіть перекваліфікації та створення робочих місць, які відповідають вищому

інтелектуальному рівню, притаманному підприємствам постіндустріальної епохи.

Головною рисою стратегії активної реакції на інноваційні перетворення є створення системно-інтегрального і багатофакторного виробництва, націленого на досягнення високоякісного продукту, що знайде споживача на національному та світових ринках. Така риса повинна бути визначальною, бо саме вона надає значної конкурентоспроможності підприємству, його продукт стає унікальним на національному та світовому ринках, забезпечуючи тим самим, перспективи отримання значних прибутків.

Усі підприємства діють у конкурентному ринковому середовищі, яке заохочує їх на досягнення визначеної мети. Здатність досягати встановлених цілей в умовах жорсткого та стрімко змінюваного ринку характеризують підприємство як конкурентоспроможне. Конкурентну ринкову позицію підприємства визначають конкурентні переваги, які досить розгорнуті за своїм змістом, але усі вони можуть бути зведені до двох головних видів: 1) диверсифікованість продуктів, що пропонує підприємство для реалізації на ринку; 2) модернізація та гнучка адаптація підприємства до умов ринку з метою випуску продуктів із низькими витратами. Ці види конкурентних переваг є, на нашу думку, визначальними і тісно пов'язаними між собою.

Диференціація, розглядається нами, як здатність забезпечити покупця новітньою і більш цінною, з унікальними споживчими властивостями та якістю, продукцією. Така продукція здатна випускатися тільки за умов модернізації виробництва, його переозброєння та втілення якісно новітніх технологій, тобто будь-яке нововведення, що дає підприємству реальне збільшення успіху на ринку і є конкурентною перевагою [2]. Нововведення виступає у вигляді постійного, довготривалого процесу, який відбивається у поліпшенні способів виробництва товарів, у вдосконаленні методів організації та функціонування виробництва тощо. Найбільш поширеними джерелами отримання конкурентних переваг на ринку є:

—розробка і запровадження принципово новітніх технологій, що відповідають світовому рівню розвитку виробництва;

—реструктуризація підприємства із метою зміни структури вартості окремих визначальних елементів технологічного процесу;

—збільшення венчурних капіталів та залучення інтелектуальних ресурсів як національного характеру так і трансферту світових технологій;

—постійний пошук можливостей створення новітніх продуктів на основі організації та проведення НДДКР в межах підприємства чи кооперації із провідними науково-дослідними структурами.

Конкурентні переваги засновані на патентованих технологіях, диверсифікованості виробленої продукції, унікальності товарів та супутньому в їх використанні сервісу, в решті решт, на репутації та позитивному іміджі підприємства, стають конкурентними перевагами вищого порядку, що діють на протязі тривалого часу. Як правило, досягнення таких конкурентних переваг стає можливим за умов довгострокових інтенсивних капіталовкладень у виробничі потужності, у проведення НДДКР, інтелектуальний розвиток організаційно-виробничого персоналу, тобто стають всім тим, що повинна передбачати стратегія активної реакції підприємства на інноваційні перетворення на ринку.

Найважливішою умовою стратегії активної реакції підприємства на інновації є створення довгострокових конкурентних переваг підприємства за допомоги постійної модернізації виробництва на основі залучення новітніх технологій. Для збереження конкурентних переваг потрібно постійно знаходити та втягувати у сферу виробництва нові інновації, на основі яких створювати нові конкурентні переваги і з такою швидкістю, з якою конкуренти можуть копіювати наявні інновації та втілювати їх у своє виробництво. Тобто треба постійно відтворювати процес залучення, впровадження та використання інновацій, які дадуть у довгостроковому плані конкурентні переваги підприємству на ринках товарів та послуг [7].

Стратегія активної реакції підприємства на інновації має ряд особливостей, відображених в таблиці 4.1.1.

Проаналізувавши всі можливі шляхи розвитку стратегії, ми з'ясували, що сучасна стратегія активної реакції підприємства на інновації повинна здатна перетворювати зміни зовнішнього оточення підприємства в його стратегічні та тактичні переваги. Така характеристика відбиває сутність інноваційних змін на підприємстві, які набувають рис гнучкої адекватності реальній дійсності [8].

Таблиця 4.1.1

Особливості стратегії активної реакції на інновації.

Зміст стратегії	Строк (рік)	Характер завдань науково-технічного розвитку		Характер завдань управління
		Система продукції	Технологічна система	
Впровадження нововведень, що забезпечить лідерство на ринку	5	НДДКР на ринку поширеного використання новітнього продукту	НДДКР на ринку новітніх технологій широких можливостей	Управління перспективними новітніми проектами
Впровадження нововведень, що забезпечать лідерство на ніші ринку	4	НДДКР у вузькому спектрі потреб	НДДКР у вузькому спектрі потреб	Пошук ніші на ринку, що є перспективним
Проходження за лідером, що просувається по магістральному шляху розвитку	5	Адаптація продукції, що випускається за технологією лідера	Адаптація технології лідера до умов підприємства та її удосконалення	Вибір лідера та адаптація до умов його розвитку

Здійснення технологічного стрибка, що забезпечить довгострокові конкурентні переваги	7	Широкий спектр пошукових ДНР: нові потреби – нові технічні принципи	Широкий спектр пошукових ДНР: нові технічні принципи – нові технології	Управління програмою пошукових НДР
Зміна стратегії: вибір більш адекватної умовам розвитку	–	Успіх-невдача: концентрація на певному сегменту ринка	Успіх-невдача: концентрація на певній технології розвитку	Маркетингові дослідження та оцінка ринку

Можливості реалізації новітніх інновацій, несуть у собі зміни внутрішнього середовища, а такі власні зміни повинні бути адекватними змінам зовнішнім, тобто адекватність внутрішнього та зовнішнього середовища іманентні по суті тільки при умові достатньої гнучкості стратегічних видозмін при їх довгостроковості.

Критеріями ефективності стратегії активної реакції на інновації повинні бути тактичні зміни виробничої структури підприємства. Такі перетворення підприємства повинні бути відповідними за змістом, синхронними за часом і за всіма іншими параметрами адекватними змінам зовнішнього середовища. Вони не є альтернативними, за своєю спрямованістю стають взаємодоповнюючими та взаємопідсилюючими [7]. Ефективна стратегія підприємства – це сукупність унікальних та послідовних операцій, які повинні бути обов'язково органічно цілісними та виражати змістовний синтез характеристик направлених дій.

Аналіз зовнішнього середовища повинен враховувати зміни в технологіях, суміжних виробництвах, для того щоб швидко реагувати на вплив науково-технічного прогресу. Необхідно постійно мати на увазі, що

поява нових за властивостями товарів у конкурентів нерозривно пов'язана з інноваціями виробництва на базі модернізованої нової техніки або технології, тому визначальним стає не тільки відстеження появи нової технології у конкурента, але і її передбачення.

Особлива увага приділяється також екологічній чистоті та безвідходності технологій, енерго- та ресурсозберігаючим методам виробництва товарів та послуг і сучасна стратегія активної реакції на інновації не повинна порушувати екологічний баланс, що існує в природі, не повинна невинувато залучати у сферу виробництва обмежені природні ресурси, які є багато в чому не відтворюваними. Тільки глибока внутрішня гармонія із оточуючим підприємство зовнішнім природним середовищем є гарантом успіху реалізації стратегічних планів у перспективі. Значення такої характеристики постійно зростає і можливо скоро стане головною вимогою стратегії розвитку будь-якого підприємства, а інновації тільки тоді будуть застосовуватися, коли вони стануть перманентними природньому середовищу.

4.2. Інноваційні аспекти управління реструктуризацією підприємств

Важливим завданням сучасної української економічної теорії та практики є забезпечення системних перетворень у промисловості. Перехід до ринкових умов господарювання вплинув, як правило, негативно на економічний стан підприємств промисловості. Багато з них і так і не вийшли на бажаний рівень беззбитковості, не спромоглися бути конкурентними та фінансово стійкими. Помірковані спроби оздоровити ринкове господарство, забезпечити економіці стабільне зростання, а її реальному сектору суттєве поновлення до сих пір не дали очікуваних результатів.

У зв'язку з цим виникають нові вимоги до управління реструктуризаційними змінами підприємств промисловості, оволодіння новими технологіями оздоровлення підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності. Отже, актуалізація управління реструктуризацією в промисловості набуває особливої значущості, вимагає комплексних методологічних досліджень, розробки науково обґрунтованої концепції стратегічного розвитку як окремих підприємств, так і їх об'єднань. У свою чергу успішне вирішення цієї проблеми дозволить суттєво впливати на економічні процеси та фінансовий стан різноманітних суб'єктів господарювання України.

Становлення ефективної системи господарювання в Україні відбувається складно і суперечливо. Різкий, тривалий спад виробництва, деформування в структурі власності сприяли кризовому наростанню напруженості в соціальній сфері, розшаруванню суспільства, «люмпенізації» істотної його частини, а також тінізації не тільки малого бізнесу, але середніх і великих підприємств України.

Стратегія управління, структура організації і стан активів, сировинні ринки і ринки збуту - виявилися неадекватними умовам, що змінилися. В наслідок знизилася конкурентоздатність переважної частини вітчизняних підприємств. Непідготовленість українських підприємств до здійснення

ринкової трансформації, відсутність реально реалізованих підходів на макро і мезорівні управління економікою призвели до того, що за більше ніж п'ятнадцятирічний період господарських реформ виробничий потенціал країни не забезпечив свого необхідного відтворення, а ступінь його використання виявилася на грані нижнього граничного рівня.

Більше того, статистичні дані української економіки переконливо свідчать про неефективність спроби забезпечити колишнім державним підприємствам, а нині приватизованим, успішне функціонування в ринкових умовах без попередньо підготовленої і ретельно проведеної реструктуризації. Так, за даними Держкомстату України на 1 січня 2003 року більше 54 % підприємств реального сектору економіки України були збитковими або серйозно погіршили показники своєї платоспроможності, за станом на 1 січня 2009 року питома вага таких підприємств становила майже 40 відсотків.

Різні програми «порятунку» підприємств-банкрутів в минулому, галузевих і регіональних «лідерів» промисловості, дотаційні ін'єкції, пільгові кредити й інші способи реанімації подібних підприємств – практично позбавлені жодних шансів на успіх, - якщо перед тим не передбачалися внутрішні стратегічні перетворення.

Погіршує положення відсутність в Україні діючого і легітимного механізму банкрутства підприємств, що у свою чергу впливає на ефективність господарювання в країні в цілому. Тому логічним є висновок про необхідність невідкладного звільнення економіки України від «реліктових», ринководезорієнтованих і де-факто збанкрутілих підприємств, і заміні їх життєздатними, сприйнятливими до ринку. В останній час, як дуже небезпечні характеризувалися і рейдерські операції, в основі яких є ставка на бездіяльність законодавства щодо захисту прав власності.

У зв'язку з цим з'являються нові вимоги до управління реструктуризаційними змінами в промисловості, оволодінням інноваційними технологіями фінансового оздоровлення і підвищення конкурентноздатності

підприємств. Отже, проблема актуалізації управління реструктуризацією в промисловості здобуває особливу значимість, вимагає комплексних методологічних досліджень, розробки науково обґрунтованої концепції стратегічного розвитку як окремих підприємств промисловості, так і їхніх об'єднань. У свою чергу, успішне вирішення зазначеної проблеми дозволяє істотно впливати на економічні процеси та фінансовий стан різних об'єктів господарювання в Україні.

Найважливішим завданням перетворень господарювання в Україні є приведення у відповідність внутрішнього структурного змісту підприємств регіональній і галузевій організаційній характеристикам більш складних, ринково орієнтованих економічних систем. Тобто, корінна зміна внутрішнього управління підприємств діалектично пов'язана з упровадженням ринкового орієнтування підприємств у навколишньому економічному середовищі.

Для досягнення цього важливого завдання реструктуризація стає одним із ключових інструментів, що забезпечує оптимізацію витрат, підвищення якості виробленої продукції і зростання вартості бізнесу; формування організаційно-інституціональної структури управління, максимально адаптованої під зміни зовнішнього середовища і вимоги реінжинірингу бізнесів-процесів, здійснюваних підприємством; інвестиційну привабливість для потенційних господарських партнерів.

Спроби ринкового регулювання економіки в Україні в 90-х роках спричинили могутні кризові явища, що характеризувалися різким падінням виробництва, фінансовим колапсом, гіперінфляцією, скороченням робочих місць, істотним зниженням життєвого рівня жителів країни. Виходом з економічної кризи є перехід на новий тип управління, в основу якого може бути покладений принцип постійності втілення стратегічних змін, тобто проведення “перманентної” реструктуризації.

Вивчення циклічності криз, причин їхнього виникнення і характерних рис, що виявляються на різних етапах життєвого циклу діяльності суб'єктів

господарювання і, відповідно, відстеження цих проявів допоможе вчасно прийняти профілактичні рішення про адекватні антикризові заходи.

Кризи не обов'язково можуть бути руйнівними, їх наслідки призводять і до якісних змін соціально-економічної системи. Тому методологічно важливе значення має не тільки прогнозування настання кризових явищ в економіці, а і передбачення їхніх можливих наслідків. У цьому зв'язку антикризове управління здобуває характер домінуючої тенденції в сучасних методах господарювання.

Методологія діагностування, ідентифікації і запобігання кризи на основі послідовних перетворень суб'єктів, що господарюють, дозволяє сформулювати стратегію і засоби реалізації антикризового управління в умовах циклічності ринкової економіки, що передбачає певну взаємодію в системі управління.

Кризи не тільки можливі, вони відбивають власні ритми розвитку кожного окремого підприємства, що не збігаються з ритмами загального розвитку чи розвитку інших господарських суб'єктів. Підприємства мають свій потенціал розвитку, свої умови господарювання і, разом з тим, підкоряються закономірностям циклічного розвитку всієї соціально-економічної системи на макро- і мезорівні, знаходяться в стані визначеного відношення до загальних циклів економіки, маючи при цьому власні внутрішні цикли розвитку і реструктуризації, економічна природа яких ретельно досліджується.

Для української економічної науки реструктуризація є відносно новим об'єктом вивчення. Можна констатувати, що ґносеологічний підхід до розуміння реструктуризації як ключової категорії системних і комплексних перетворень на рівні мікроекономіки потребує спеціального наукового дослідження, результатом якого може бути науково обґрунтована методологія стратегічного управління реструктуризацією підприємств переробної промисловості.

Шаблоно-універсальних схем проведення реструктуризації, прийнятних для будь-якого підприємства промисловості, не існує. У кожного підприємства є властиві тільки йому проблеми, що вимагають відповідальних, професійно підготовлених управлінських рішень. Прийняття управлінських рішень базується на результатах дослідження організаційно-економічного механізму проведення реструктуризації, що відповідає вимогам стратегічного розвитку конкретних господарських суб'єктів.

Аналіз підходів до визначення «реструктуризації» дозволив дійти до висновку, що її зміст визначається як сукупність організаційно-правових, фінансово-економічних і виробничо-технічних заходів, що підвищують ефективність господарювання суб'єкта підприємницької діяльності відповідно до вимог внутрішнього і зовнішнього середовища і розробленою стратегією його розвитку.

Дослідження змісту, складу, структури та компонентів реструктуризації дозволило визначити економічну сутність і взаємозв'язок ключових складових понять, до яких віднесена реорганізація, адаптація, реінжиніринг і санація (рис.4.2.4). У кожного з них є зв'язок з такими внутрішніми елементами як стратегія, функція, продукт, засоби і технології виробництва, інновації, інформаційне забезпечення та інше.

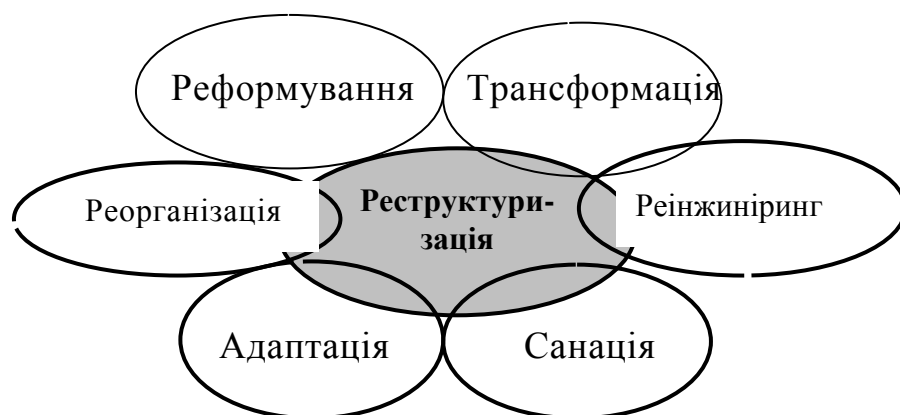


Рис.4.2.4. Схема взаємозв'язку ключових понять реструктуризації

Реструктуризація є багатоплановим процесом, і може класифікуватися за масштабом проведення, радикальністю перетворень, фазами впливу, періодом дії, задумом виконання, змістом заходів, засобами здійснення.

Розроблена автором типологія реструктуризаційних перетворень дозволяє науково обґрунтувати найбільш доцільного до стану підприємства вид реструктуризації, визначити відповідні форми і методи її проведення, а також підходи до оцінювання ефективності проведених перетворень.

Адаптивна реструктуризація здійснюється на фазі підйому в життєвому циклі підприємства; організаційно-управлінська реструктуризація – на фазі зрілості, досудове фінансове оздоровлення – на фазі стагнації, а санація – на кризовій фазі життєвого циклу підприємства. Адаптивна реструктуризація передбачає низку “м'яких”, коректувань поточної діяльності підприємства відповідно до вимог ринку, що змінюються. Організаційно-управлінська реструктуризація передбачає перебудову системи господарювання на основі бізнес-орієнтування структурних підрозділів підприємства. Досудове фінансове оздоровлення починається в передкризовому стані й вимагає кардинальних змін у господарюванні підприємства. Санація є комплексом заходів, передбачених процедурою проведення справи про банкрутство, спрямованої на відновлення платоспроможності підприємства-боржника.

Реорганізація як один зі способів здійснення реструктуризації, виявляється у формах злиття, придбання, поділу і виділення. На думку автора *реорганізація* змістовно входить у поняття *реструктуризації* як частина *процесу перетворень*, але не є його повним аналогом - заміником.

Характерною рисою розвитку сучасної промисловості, з огляду наявності значних резервів, потужностей, які не використовуються та істотного збільшення рівня конкуренції, втрачається здатність підприємств перманентно проводити системні організаційно-структурні зміни. Аналіз сучасних тенденцій в області теорії та практики керування дозволив видокремити наступні найбільш актуальні концепції і підходи, що можуть бути використані в перетворенні підприємств, а саме

реструктурування на основі бізнес-одиниць, розвиток «ключової компетенції» та «ресурсного» підходу, концепції «мінімалізму» та «еталонного підприємства».

Аналіз проблем діючої практики реструктуризації підприємств у кризових умовах дозволив виробити рекомендації в області удосконалення законодавства про банкрутство підприємств, зробити відповідні пропозиції щодо створення та активного функціонування регіональних Координаційних рад зі реструктуризації *платонеспроможних* підприємств.

Антикризове бізнес-планування відноситься до відносно нового напрямку, який здійснюється через функцію антикризового управління. На відміну від внутрішньовиробничого планування, яке здійснюється в рамках поточного планування «нормально» функціонуючого підприємства, антикризове ведеться на різних фазах кризи підприємства (нерентабельності, збитковості, несплатоспроможності), і в різних умовах санаційних процедур (спостереження, фінансове оздоровлення, зовнішнє арбітражне управління).

На думку автора в сучасній економічній літературі вкрай недостатньо приділяється уваги методології бізнес-планування підприємств, що переборюють кризові фази свого розвитку. Таку управлінську діяльність важко переоцінити при плануванні санаційних заходів (розробка бізнес-плану є невід'ємною складовою частиною плану санації) при проведенні досудового фінансового оздоровлення підприємства.

Одним з найбільш перспективних «терапевтичних» методів перетворення є адаптивна реструктуризація. Завдяки своєчасному розпізнаванню (ідентифікації) перших ознак втрати попиту і зниження конкурентноздатності, підприємство здатне критично оцінити ситуацію, виявити не тільки явні, але і приховані, «латентні» причини стагнації, що насувається, і рецесії, розробити сценарій адаптації до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Чим швидше і гнучкіше керівництво підприємства здатне провести адаптацію до умов господарювання, тим вище імовірність

успішної реструктуризації, менше часу і коштів буде потрібно для її проведення.

Підприємство, що освоїло технології адаптивної реструктуризації, має можливість заощаджувати засвоєння інноваційно-маркетингових заходів, отже, не ускладнювати своє фінансове становище, тим більше не доводити його до предбанкрутного стану. До переваг адаптивного підприємства автор відносить оптимізацію витрат за рахунок зниження вартості управління інфраструктурою; велику гнучкість, тому що будучи адаптивним, підприємство здатне солідаризуватися і швидко реагувати на запити й нові можливості ринку; зменшений ризик пояснений більш простішим і чіткішим структурованим внутрішнім середовищем, яке мінімізує вплив деструктивних факторів; більш високий рівень якості управління, заснований на інноваціях.

Особливістю інноваційної методології оцінювання реструктуризаційних рішень, застосування якої представляється найбільш доцільним, є вимір адекватності підприємств за необхідними параметрами з урахуванням часу /діапазону/ і простоти реалізації проектів, а також установа пріоритетів планування.

На думку автора визначення рейтингу бізнесів-ідей проектів адаптивної реструктуризації повинне базуватися на аналізі конкретних сегментів ринку, релевантного і комплексного вивчення взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем. Зіставлення й оцінка якісних і кількісних показників варіантів адаптивної реструктуризації з застосуванням методу бенчмаркінгу дозволяє визначити найбільш прийнятний з них, що має кращий рейтинговий рівень. Як альтернативний, має право на існування і такий метод дослідження як таксономічний аналіз.

Вивчення інформаційних джерел дозволяє вибудувати логічну схему перетворень підприємства з урахуванням специфічних рис, властивих економічній ситуації, що склалася в країні.

Проводячи реструктуризацію, керівники українських підприємств найчастіше копіюють схеми реорганізації, що зарекомендували себе на західних підприємствах, не даючи собі звіт у тому, що вони діють у зовсім інших умовах. Наприклад, організаційна структура General Electric, відповідає стратегії реструктуризації, що працює тільки в зрілих, стабільних галузях. Зовсім інша ситуація складається в підприємствах промисловості України, що проводять реструктуризацію в умовах несприятливого економічного оточення. До числа компаній, що пройшли складні умови ринкових перетворень відноситься цілий ряд таких підприємств України, як ВАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», ВАТ «Одеський завод поршневих кілець», ВАТ «Мікрон», ВАТ «Одесакабель» та інші. Значна частина з них вимушена була відбивати і рейдерські атаки з боку конкурентів та новоявлених «акул ринку».

Автором досліджений механізм підготовки й здійснення організаційно-управлінських перетворень підприємства, що враховує структуризацію його підрозділів за технологічними, виробничими й господарськими ознаками. Розроблено алгоритм проведення організаційно-управлінської реструктуризації, що передбачає аналіз існуючих варіантів, включаючи можливості розвитку вертикальної інтеграції підприємства, диверсифікації і дезінтеграції. Визначивши економічну доцільність і юридичну можливість підготовлених управлінських нововведень, здійснюється науково обґрунтований вибір індивідуалізованих засобів їхньої реалізації.

При вирішенні питання про остаточне перетворення організаційної структури підприємства, необхідно враховувати інтереси держави, кредиторів, зовнішніх інвесторів, власників і персоналу підприємства, що мають відношення і зацікавленість в ефективному управлінні реструктуризацією:

Вибір структури управління стратегічними перетвореннями об'єктів промисловості може бути більш аргументованим, якщо при цьому використовувати метод SWOT-аналізу. Аналіз сильних сторін, можливостей

у перспективі, слабких сторін і погрозу дозволить зробити остаточний вибір організаційно-управлінської структури підприємства і його структурних підрозділів. Визначення критеріїв вибору залежить від того, що знаходиться в компетенції підрозділів підприємства і за досягнення яких показників вони можуть нести відповідальність. Відповідно до того, який критерій оцінювання ефективності насамперед застосовується до підрозділу. Це означає, що підрозділ у першу чергу відповідає відповідно за одержання максимального доходу, за контролювання витрат, за збільшення норми прибутку або за рентабельність інвестицій. У цілому ефективність роботи бізнес-одиниць оцінюється за рентабельністю інвестицій, виходячи з оцінки за показником ЕДВ (економічно доданої вартості).

Чітко організоване проведення досудового оздоровлення підприємства, на думку автора, дозволяє не тільки попередити виконання судової процедури банкрутства, але і сприяє вчасно розпізнавати й ідентифікувати ознаки кризи, що насувається, здійснювати запобіжні заходи, що зміцнюють ринкові позиції і, якщо необхідно, повторно реструктурувати діяльність підприємства, скоротити витрати виробництва і управління, переходити на нові технології, збільшувати обсяги реалізації і підвищувати платоспроможність.

Підприємству, що намітило проведення реструктуризацію боргу, необхідно враховувати, що сума прощеного кредиторами основного боргу або нарахованих відсотків, буде розглядатися як оподатковуваний прибуток. Отже, воно повинно передбачити кошти на виплату додаткових податків у році, протягом якого прощається борг. Як для акціонерів, так і для зовнішніх інвесторів, вкладення капіталу в підприємство з великою заборгованістю є ризикованим заходом. Такі інвестори, так само як і власники, будуть останніми в черзі на задоволення вимог у випадку ліквідації підприємства.

Ефективне використання механізму банкрутства дозволяє не тільки уникнути можливих його негативних наслідків, але і, навпаки, використовувати його можливості й передумови. Банкрутство слугує

інструментом виходу суб'єктів підприємницької діяльності з кризової фінансово-господарської ситуації, оскільки в основі самої процедури банкрутства закладені конкретні економічно-правові дії, результатом яких є очищення підприємства від боргів, повернення його дебіторської заборгованості, після чого стає можливим залучення інвесторів або інші заходи фінансово-економічного оздоровлення підприємства.

На глибоке переконання автора, діяльність державних органів, уповноважених сприяти відновленню платоспроможності підприємств має потребу в радикальному удосконаленні. Особливо значущі резерви криються в забезпеченні відповідального вибору і професійної підготовки арбітражних керуючих, дотриманні ними діючого законодавства і використанні сучасного наукового апарату в проведенні діагностування підприємств, розробці й реалізації антикризових, санаційних заходів. Використання методичних підходів проведеного дослідження дозволить реально підвищити шанси відновлення платоспроможності боржників, спростити процедуру банкрутства підприємств.

ВИСНОВКИ

У науковому дослідженні проведено аналіз потенціалу та основних пропорцій ринків окремих видів товарів та послуг в Україні на сучасному етапі розвитку підприємництва. Отримані результати свідчать про досягнення поставленої мети дослідження й дають змогу зробити наступні висновки:

У сучасних умовах розвитку підприємництва стало зрозумілим: щоб досягти комерційного успіху необхідно брати до уваги всі елементи ринкової системи. Для цього широко використовуються різноманітні дослідження ринку, одним із головних завдань яких є визначення умов, за яких забезпечується найповніше задоволення попиту населення в товарах будь-якого виду та створюється підґрунтя для ефективного збуту виробленої продукції. Тому актуальним є питання вивчення та прогнозування ситуації на відповідному ринку як невід'ємної умови для прийняття ефективних рішень в усіх напрямках діяльності підприємств.

Оцінка потенціалу ринку базується на характеристиці ринкових можливостей на макро- і мікрорівнях окремих суб'єктів господарювання. Така оцінка потрібна кожному підприємству, організації, установі, регіону для аналізу власних можливостей з метою орієнтації на свою участь у розподілі чи завоюванні ринку, розвитку певних ринків товарів та послуг.

В роботі детально розглянуто та проаналізовано потенціал таких ринків: нерухомості, житла, природних ресурсів, у тому числі, землі, комунальних послуг, золота,, транспортних послуг на прикладі портового господарства України, а також ринків цукру та праці на прикладі Одеського регіону. Результати проведено аналізу дозволяють зробити такі висновки.

1. Ринок нерухомості – це важлива складова будь-якої національної економіки, бо нерухомість – найважливіша частина національного багатства. Без цього ринку інших не може бути ринку взагалі, оскільки й ринок праці, і ринок капіталу, і ринок товарів та послуг для свого існування повинні мати

або орендувати необхідні їм приміщення.

Важливе значення вітчизняного ринку нерухомості як сектору національної економіки підтверджується в першу чергу колосальною вартістю національного багатства, матеріалізованого в нерухомості, з якого майже половина може бути втягнута в ринковий обіг та приносити ренту – власникам, доход – підприємцям, надходження у вигляді податків та зборів – до бюджету; по-друге, високою часткою ринку нерухомості у валовому національному продукті; досягнутим у ряді регіонів та міст високим рівнем надходжень до бюджету від первинного продажу об'єктів, здачі в оренду державної та комунальної нерухомості (зокрема землі); високим рівнем надходжень до бюджету від податків на нерухомість та операцій з нею; великою кількістю робочих місць, створених у ході становлення та розвитку ринку нерухомості.

2. Ринок комерційної нерухомості України вважається однією з найпривабливіших інвестиційних сфер. З урахуванням проведеного аналізу, можна сміливо стверджувати, що цей ринок в довгостроковому плані продовжуватиме рости і активно розвиватиметься, враховуючи те, що показники забезпеченості комерційною нерухомістю «підтягнуться» до показників центрально- і східноєвропейських країн. Така потенційна інвестиційна активність на Українському ринку нерухомості створить додаткові можливості і сприятливі умови для інвесторів.

3. Галузь житлового будівництва є рушійною силою для розвитку суміжних, пов'язаних з нею галузей економіки країни. Будівництво житла Україні перебуває під впливом загальноєкономічної та політичної ситуації в країні. Сучасному ринку будівництва житла як України, так і Одеської області притаманні нестабільність, стихійність та непередбачуваність розвитку при значному впливі кризових явищ економіки країни.

4. В роботі обґрунтовано і сформульовано основні концептуальні засади становлення ринків природних ресурсів, з'ясовано їх чинники та

визначено функціональні можливості як регулятора комплексного використання ресурсів.

Формування і розвиток ринків природних ресурсів мають істотні особливості, тому при діагностиці процесів їх функціонування пропонується брати до уваги регіональні особливості кожного територіально-адміністративного утворення при аналізі регіональних ринків областей України, а також у міській чи сільській місцевості. В результаті досліджень можливостей функціонування ринків природних ресурсів в межах регіональних систем, запропоновано створювати інформаційні бази або банки даних, які зберігатимуть всю існуючу інформацію про об'єкти природокористування та можливість їх використання. Також запропоновані кроки ринкового регулювання комплексного природокористування в межах регіональних систем.

У кон'юнктурному аналізі важливу роль відіграє удосконалювання інформаційного забезпечення ринків, що особливо необхідно для точної оцінки платоспроможного попиту, вивчення його динаміки і просторово-тимчасових характеристик. В перспективі відкриваються великі можливості вивчення кон'юнктури ринків з використанням інформаційної мережі Інтернет і корпоративних інформаційних систем на основі принципів Інтернет. Завдяки новим інформаційним системам і технологіям стає можливим підключення до різних електронних масивів регіональних, національних і міжнародних інформаційно-обчислювальних мереж.

5. Ринок праці, як невід'ємний атрибут ринкової економіки, належить до найважливіших складових національного ринку. Цей ринок виступає регулятором зайнятості та розподілу працездатного населення за галузями, сферами діяльності та секторами економіки.

З урахуванням ситуації, що склалася на регіональних ринках праці, у найближчі роки уряд України на органи виконавчої влади на місцях мають концентрувати зусилля на запровадженні дієвих стимулів ліквідації прихованого безробіття та створення робочих місць, а також на забезпеченні

гарантій зайнятості у процесі реструктуризації підприємств, на підтримці підприємства і зайнятості населення, на розширенні практики громадських робіт та на підвищенні гнучкості ринку праці, на удосконаленні національного законодавства про працю та соціальний захист, на формуванні та удосконаленні механізмів підтримки найбільш ефективних видів трудової діяльності само зайнятих.

Проблеми регулювання ринків праці та удосконалення механізмів продуктивної зайнятості населення нерозривно пов'язані із завданням комплексного розвитку регіону. Тому концептуальні засади трансформації діяльності регіональних владних структур та формування регіональних програм забезпечення продуктивної зайнятості, на відміну від існуючих, мають бути зорієнтованими на посилення інтеграції з програмами економічного і соціального розвитку регіонів, узгодження та кореспондування стратегії дій в політиці зайнятості населення (доход громадян економічно обґрунтована заробітна плата тощо).

6. Для сталого розвитку сфери житлово-комунального господарства власних коштів галузі, як правило, не вистачає, і в цьому випадку найбільш очевидним та за певних умов вигідним вбачається залучення ресурсів приватних інвесторів. Разом з тим додаткові вигоди від партнерства з приватним сектором можна отримати лише за наявності ефективного процесу вибору партнерів зі сторони приватного сектору за проектами приватно-державного партнерства. З цією метою у подальшому слід вдосконалювати організаційно-правову базу приватно-державного партнерства, зокрема, нормативно-правові акти стосовно контролю та моніторингу реалізації проектів, методичні рекомендації зі складання регіональних планів приватно-державного партнерства. Крім того, щоб зробити роботу механізмів приватно-державного партнерства вдалою, державним органам управління необхідно, безумовно мати загальну політику та чітко сформовану мету для кожного сектору та по кожному проекту, оскільки досягти усіх цілей відразу не є можливим.

7. У роботі проаналізовано досвід зміни форм управління підприємствами комунального сектору, який вже накопичено в Україні. На підставі отриманих результатів аналізу виявлено, що в даний час однією з найбільш гострих проблем партнерських відносин у цій галузі є те, що звіти про виконання своїх зобов'язань приватні оператори подають нерегулярно. При цьому не вироблений єдиний підхід до підготовки інформації, тобто відсутня єдина форма звітів і система одноманітних показників.

Основною вимогою до побудови таких форм звітності є їх корисність, тобто можливість використання інформації, що надається приватними операторами для ухвалення обґрунтованих економічних рішень всіма групами користувачів. Для цього вона повинна задовольняти критеріям достовірності, доцільності, надійності, зрозумілості і зіставності, дотримання яких в сучасній обстановці представляється достатньо складним. Запропоновані форми звітності по всім групам показників, дадуть змогу у підсумку: визначити ступень виконання приватним операторам задекларованих зобов'язань (поточних та інвестиційних); проаналізувати відхилення від запланованих дій; виробити регулюючі рішення.

8. Прогнозування кон'юнктури ринку золота є важливим завданням у сучасних умовах. Так, достовірне визначення динаміки ціни на золото у майбутньому може надати можливість як підвищити доходність інвестиційного портфеля, до якого включено певний обсяг золота, так і визначити оптимальний момент часу для купівлі чи продажу золота на ринку. Відповідно, важливого значення набуває визначення факторів, які впливають на формування як миттєвої ринкової ціни на золото, так і її більш довгострокових тенденцій.

Аналіз ринку золота як ринку товарного значно ускладнюється та вимагає поєднання методів аналізу товарних та фінансових ринків. Так, мають бути використані не тільки показники, які характеризують обсяги золота, які залишають та потрапляють на організований ринок, але й непрямі показники, які характеризують загальний стан світової економіки та можуть

виявити зв'язок із ціною на золото. Відповідно, при прогнозуванні кон'юнктури ринку золота, наявні показники кінцевих попиту і пропозиції золота та їх динаміка у майбутньому можуть бути використані як елементи при побудові більш складної моделі, яка буде включати й інші фактори. Так, це можуть бути макроекономічні показники, показники фондового ринку та інші фактори, які мають бути визначені.

9. Ринок цукру – важливий сектор продовольчого ринку України. Цукор – це не тільки стратегічний продовольчий товар, але й сировина для багатьох підприємств харчової, фармацевтичної і хімічної промисловості. Крім того, ринок цукру привабливий своєю капіталомісткістю і динамічністю з точки зору цінової кон'юнктури. В економіці держави цукробуряковий підкомплекс завжди мав стратегічне значення.

Практика останніх років переконливо свідчить, що регулювання ринку продовольства монетарно-фіскальними методами на макроекономічному рівні не забезпечило повнокровного функціонування підприємств аграрного сектору. Особливістю організованого аграрного ринку є те, що його неможливо освоїти в окремому регіоні. Загальні принципи і єдині підходи повинні втілюватися у життя одночасно у межах національного ринку і на чіткій нормативно-законодавчій основі.

10. Запропонована модель стратегії активної реакції на інновації має ряд певних рис і передбачає: систематичне оновлення технологічної бази підприємства на основі конвеєрного впровадження новітніх розробок та нововведень, здатних забезпечити стрімкий ріст економічного потенціалу підприємства; розгортання повномасштабної НДДКР з метою розробки та створення нових видів наукоємних продуктів та форвард-технологій за умов інтелектуалізації праці виробників і заохоченням раціоналізаторів та винахідників, озброєних сучасним знанням та досягненнями науки у сфері високих технологій; розбудову організаційно-виробничої структури підприємства відповідно до світових стандартів інноваційного менеджменту, що забезпечать виробництво високоякісного наукоємного продукту.

Список використаної літератури

До розділу 1.1

1. Большой энциклопедический словарь / А.Б.Борисов (авт.-сост.). – М.: Книжный мир, 1999. – 896 с.
2. Репке В. Конъюнктура. / Под ред. А.Л.Вайнштейна. – М., 1927. – 174 с.
3. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры. Избранные сочинения / Ред. колл. Л.И.Абалкин и др. – М.: Экономика, 1993. – 526 с.
4. Пископфель Ф.Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства. – М.: Изд-во ИМО, 1960. – 302 с.
5. Голубков Е. П. Основы маркетинга. Учебник. 2-е издание. - М., 2003.

До розділу 1.2

1. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. – К.: „Знання”, 2003. – 284 с.
2. Котлер Ф. «Основы маркетинга» Вильямс 2002г.
3. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч.1 Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. – Учебное пособие для вузов. – М.: Международные отношения», 1997. – 416с.
4. Лобіцева О.О.Ринок туристичних послуг. – К.:Альт прес, 2003 – 436 с.

До розділу 2.3

1. Буркинский Б. В., Молина Е. В. Активизация инвестиционной деятельности в регионе. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико – экологических исследований НАН Украины, 2003. – 494 с.
2. Захарченко В. И., Борисов О. Г., Молина Е.В. Государственная политика инвестирования реального сектора экономики. – Одесса: Инновационно – ипотечный центр, 2005. – 80 с.
3. Бутко Н. А. Современная проблематика оценки инвестиционной

- привлекательности региона. // Экономика Украины.- 2005. - № 11. – с. 30 – 37.
4. Гайдуцький А. П. Класифікація чинників інвестиційної привабливості економіки. // Ринок цінних паперів. – 2004. - № 9. – с. 9 – 14.
 5. Гайдуцький А. П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки. // Актуальні проблеми економіки. – 2004. - № 12. – с. 119 – 129.
 6. Герасименко С.С., Свистун Л. О. Статистична оцінка інвестиційної привабливості регіону // Актуальні проблеми економіки. – 2004.- № 12 (42). – с.155 – 159.
 7. Носова О. В. Оцінка інвестиційної привабливості регіону : основні підходи. // Економіка та прогнозування. – 2003. – № 3. – с. 49 – 51.
 8. Пипиляк О. І. Інвестиційна привабливість регіонів України: Соціально – економічний аспект// Економіка України, 2004, № 8. – с. 82 -85.

До розділу 3.1.1

1. Економіка нерухомості: Підручник. Асаул А.М., Брижань І.А., Чевганова В.Я. – К.: “Лібра”, 2004. – 304 с.
2. Горемыкин В.А. Экономика недвижимости. – М. 2002. – С. 144-152
3. Гриценко Е. А. Рынок недвижимости: закономерности становления и функционирования. (Вопросы методологии и теории). — Х. : Бизнес информ, 2002. — 283с.
4. Щербакова Н.А. Экономика недвижимости: Учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 320 с.
5. Шаркова Ірина Миколаївна. Правове регулювання ринку нерухомості в Україні: Навч. посіб. / Київський національний економічний ун-т. — К.: КНЕУ, 2005. — 184с. — Бібліогр.: с. 173-178.
6. Буланова Наталья Владимировна. Рынок недвижимости: состояние и перспективы развития: Учеб. пособие для системы доп. проф. образования / Международная академия оценки и консалтинга. — М., 2003. — 146 с.

7. Экономика недвижимости: Учебн. пособие. – М.: Изд-во АСВ; СПб.: СПб ГАСУ, 2000. – 186 с.

До розділу 3.1.2

1. Коноплицкий С. А. Комфорт-формат: рыночная пара // Джерело: www.fnd.com.ua.
2. Ряполов К. В. Ненасытная ниша торговых и офисных площадей // Джерело: www.companion.ua.
3. Кирьякова А. М. Торговля выходит из подполья // Джерело: www.expert.ua.
4. Коломейко В. Н. Насколько привлекательны инвестиции в коммерческую недвижимость Украины и Киева? // Джерело: www.novaholding.ru.
5. Кемулария Н.Н., Опрышко О.И. Недорогое удовольствие // Джерело: www.vd.net.ua.
6. Скрипка Е. О. На волне интереса инвесторов// Джерело: www.domik.net.
7. Капина А. Г. Промышленная недвижимость Украины – один из наиболее перспективных сегментов рынка // Джерело: www.bizrealty.com.ua.
8. Новости сайта «Документинформ». Сроки окупаемости проектов торговой недвижимости возросли в 1,5-2 раза – эксперт // Джерело: www.document.org.ua.

До розділу 3.1.3

1. Терентьев В.А. Ускорить развитие рынка доступного жилья// Экономика строительства.- 2005.- № 8.- с. 21-26.
2. Матеріали державного комітету статистики // www.ukrstat.gov.ua

3. Статистичний збірник «Інвестиції та будівельна діяльність в Одеській області за 2007 рік». – Одеса.: Головне управління статистики в Одеській області. – 2008. – 116 с.
4. Статистичний збірник «Інвестиції та будівельна діяльність в Одеській області за 2008 рік». – Одеса.: Головне управління статистики в Одеській області. – 2009. – 118 с.
5. Статистичний збірник «Капітальні інвестиції в основний капітал в Одеській області за 2008 рік».- Одеса.: Головне управління статистики в Одеській області. – 2009. – 35 с.
6. Курівський І. Сучасний стан галузі житлового будівництва м. Києва та фактори впливу на її розвиток// Економіст.- 2008.- №4.- с.72-77.
7. Кузьмін О., Кудря Я. Холдингові компанії у житлово - будівельному секторі// Регіональна економіка.- 2006.- № 2.- с. 71-81.
8. Жилищная экономика/ ред., пер.: Г. Поляковский, научн. ред. О.С. Пчелинцев.- М.: Дело, 1996.- 223 с.: схем.
9. Шеліхова О.В., Гладка О.Д., Ю.В. Світлична Перспективи будівництва доступного житла в Україні// Економіка будівництва і міського господарства.- 2008.- том 4.- № 3.- с. 161-166.
10. Левин Ю.А. Рынок малоэтажного жилищного строительства: факторы развития и перспективы// Экономика строительства- 2005.- № 12.- с. 20-27.
11. Анін В.І. Оптимізація стратегій будівельних організацій в ринкових умовах : [Монографія].- К. Ратібор, 2004.- 242с.
12. Манцевич Ю.М. О возможности обвала рынка жилья в Украине// Экономика Украины.- 2007.- № 7.- с. 81-87.
13. Завора Т.М. Становлення ринку житла на загальнодержавному та регіональному рівнях в Україні// Регіональна економіка. – 2007.- № 1.- с. 87-95.

14. Пугачова М. Тенденції української економіки очима керівників підприємств (аналітичний огляд). Інноваційна діяльність підприємств// Статистика України.- 2008.- № 2.- с. 68-75.
15. Шевчук Т.В. Банки як фінансові посередники на ринку будівництва житла в Україні// Регіональна економіка.-2008.- № 2.- с.168-175.
16. Паливода К., Гайдуцький П., Парцхаладзе Л. Міраж кризи на ринку житла// Економіст.- 2008.- № 5.- с. 14-15.
17. Манцевич Ю.М. Про можливі шляхи зниження цін на ринку житла// Економіка України.- 2008.- №3.- с. 76-83.

До розділів 3.2.1-3.2.2

1. Гирусов Э.В., Бобылев С.Н., Новоселов А.Л., Чепурных Н.В. Экология и экономика природопользования / Под ред. Э.В. Гирусова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1998. – 455 с. – Библиогр.: с. 451.
2. Гофман К.Г. Экономика природопользования (из научного наследия)/ К. Г. Гофман; А.А. Гусев (ред.-сост.). – М.: Эдиториал УРСС, 1998. – 270 с.
3. Дмитриева О.Г. Региональная экономическая диагностика: монография / О.Г. Дмитриева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского Университета экономики и финансов, 1992. – 274 с. – Библиогр.: с.269-273.
4. Економічна енциклопедія. У 3 т. / відп. ред. С.В.Мочерний. – К.: Вид. центр “Академія”, 2000. – Т. 1. – 864 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учеб. пособие. / Ф.Котлер. Под общ. ред. А. Л. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. Перевод с англ. Т.Виноградовой и др. – 10- изд. – СПб.: Питер, 2000. – 749 с. – Библиогр.: с. 719 – 728.
6. Лемешев М.Я., Чепурных Н.В., Юрина Н.П. Региональное природопользование: на пути к гармонии / М. Я. Лемешев, Н.В.Чепурных, Н. П.Юрина . – М.: Мысль, 1986. – 262 с.

7. Маркс К. Капитал. Критика. Критика политической экономии / К. Макс; под ред. И. И. Степанова-Скворцова; перевод с нем. И.И.Степанова-Скворцова. – М.: Гос. изд-во политической литературы, 1953. – Т. 1: Процесс производства капитала. – 794 с.
8. Новосёлов А. С. Рыночная инфраструктура региона: / А.С. Новосёлов. — Новосибирск: ЕКОР, 1996.
9. Новошинська Л. В. Міжнародний маркетинг: навч. посіб. / Л. В. Новошинська. – К.: ЦНЛ, 2004. – 176 с. – Бібліогр.: с. 171 – 174.
10. Паламарчук В.О., Мішенін Є.В., Коренюк П.І. Еколого-економічні та соціальні нариси з проблем природокористування: монографія / В.О.Паламарчук, Є. В. Мішенін, П. І. Коренюк. За наук. ред. В.О.Паламарчук. – Дніпропетровськ: Пороги, 2004. – 258 с. – Бібліогр.: с. 226 – 243.
11. Реймерс М.Ф. Природопользование. Словарь-справочник / М.Ф. Реймерс. – М.: Мысль, 1990. – 637с.
12. Шнипер Р.И., Новосёлов А. С. Региональные проблемы рынковедения: экономический аспект: / Р.И. Шнипор, А.С. Новосёлов. – Новосибирск: Наука, 1993.

До розділу 3.3.1

1. Конституція України. К.: Преса України. 1997 р.
2. Кодекс законів про працю України. К.: Істина. 1999 р.
3. Закон України «Про зайнятість населення». К.: Парламентське видавництво. 2000 р.
4. Самуельсон П.А. Нордхауз ВД Макроекономіка К.: 1995 р.
5. Скуратівський В.А., Палій О.М. Соціальна політика. Навчальний посібник. К.: УАДУ. 2000 р.
6. Уманець Т.В. Регіональний економічний розвиток України. Донецьк: «ВІК». 2007 р.
7. Статистичний щорічник України. 2007 р.

8. Статистичний щорічник Одеської області 2007 р.
9. Науково-економічний журнал «Україна – аспекти праці» №5 с. 16-18 2008 р.
10. Інтернет сторінка Головного управління Одеської області державної адміністрації <http://gue.Odessa.gov.ua>
11. Інтернет- сторінка Державного комітету статистики <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Інтернет-стоінка Одеської державної обласної адміністрації <http://oda.Odessa.gov.ua>

До розділу 3.3.2

1. Закон України «Про концесії» від 16 липня 1999 р. № 997-XIV.
2. Закон України «Про оренду державного та комунального майна» від 10 квітня 1992 р. № 2269-XII.
3. Закон України «Про приватизацію державного майна» від 04.03.1992 № 2163-XII
4. Наказ Фонду державного майна «Про затвердження Положення про порядок підготовки та проведення відкритих торгів» N 1303 від 02.07.98.
5. Наказ Фонду державного майна «Про затвердження Порядку проведення конкурсу на право оренди державного майна» від 13.10.2004р. N 2149.
6. Цивільний процесуальний кодекс України від 18 березня 2004р. № 1618-IV // Відомості Верховної Ради, 2004, N 40-41, 42, ст.492.
7. Варіанти залучення приватного сектора у сферу комунальних послуг в Україні: інформаційний бюлетень. – К.: ПАДКО, Агентство США з міжнародного розвитку, 2002. – 43 с. Джерело: <http://tariffreform.padco.kiev.ua/ukr/PUBLICATIONS/publications.html>

8. Житлово-комунальне господарство в очікуванні приватного інвестора – 10.02.2004 // Міжнародний центр перспективних досліджень. Джерело: <http://www.intellect.org.ua>.
9. Караогланов А.С. Социально-экономический анализ концессионного механизма в сфере жилищно-коммунального хозяйства: Автореф. дис. канд. социолог. наук: 22.00.03 – М., 2008. – 20с.
10. Кулик П.А. Международное сотрудничество в области жилищно-коммунального хозяйства // Внешнеэкономический бюллетень. – 2001. - №11. – С 31.
11. Мельникова М. Розвиток комунальної інфраструктури господарського комплексу міста // Аспекти самоврядування. – 2005. – № 5(31). - С. 29-32.
12. Олійник. Н. Міжнародний досвід застосування концесій у сфері житлово-комунального господарства // Вісник НАДУ при Президентіві України. – 2003. - №3. – С. 247-254.
13. Реформування тарифів та реструктуризація комунальних підприємств в Україні Джерело: <http://tariffreform.padco.kiev.ua>.
14. Сиваев С. Частный бизнес и ЖКХ // Контуры ЖКХ. Джерело: <http://gkh.inural.ru>
15. Слинько Ю. Перспективы концессионных соглашений // Джерело: <http://www.vd.net.ua/journals/articles-1740>.
16. Частно-государственное партнерство в России // Джерело: http://www.kpimg.ru/russian/supl/events/ppp/2006/PPP_2006_rus.pdf.
17. Чуниха В.М. Напрямки залучення приватного сектору у сферу житлово-комунального господарства України Джерело: http://www.rusnauka.com/DN2006/Economics/10_chuniha v.m.doc.htm.

До розділу 3.3.3

1. Водоканалы XXI века. Основные проблемы водопроводно-канализационного хозяйства // Джерело: [http:// www.vkh21.ru /information](http://www.vkh21.ru/information).
2. Дезик С.С. Досвід впровадження орендних відносин у водопровідно-каналізаційному господарстві України // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 31 /Одес. держ. екон. ун-т; Редкол.: проф. Зверяков М.І., проф. Ковальов А.І., проф. Буркинський Б.В., проф. Валусєв Б.І., проф.. Редькін О.С. та ін. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – С.62-67.

До розділу 3.3.4

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" №40-IV від 04.07.2002 р. – <http://www.rada.gov.ua/>
2. Савчук А.В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монографія / А.В. Савчук. – НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2003. – 448 с.
3. Інформаційно-аналітичні матеріали до засідання колегії Держжитлокомунгоспу України з питання «Про підсумки роботи підприємств житлово-комунального господарства у 2004 році та пріоритетні завдання державних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації політики реформування галузі на 2005 рік», 25 березня 2005р. – К.:Держжитлокомунгосп України, 2005. – 91с.
4. Інформаційно-аналітичний збірник «Санітарна очистка міст та комунальний автотранспорт». – К.:Держжитлокомунгосп України, 2002. – №2. – с.95.
5. Савчук А.В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монографія / А.В. Савчук. – НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2003. – 448 с.

6. Програма поводження з твердими побутовими відходами, постанова Кабінету Міністрів України №265 від 04.03.04р. – <http://www.rada.gov.ua/>
7. Конституция Украины. – Х.:ООО «Одиссей», 2005 – 48с.
8. Станкевич В.В. Концептуальні підходи щодо поводження з твердими побутовими відходами // В.В.Станкевич, І.В.Какура // Сборник научных статей «Проблемы сбора, переработки и утилизации отходов.» – Одесса: ОЦНТЭИ, 2004. – с.374-379.
9. Лапицкий В.М. Проблема переробки і утилізації твердих побутових відходів в Україні та шляхи її вирішення / В.М.Лапицкий, О.О.Борисовська, О.М.Катічев // Сборник научных статей «Проблемы сбора, переработки и утилизации отходов.» – Одесса: ОЦНТЭИ, 2004. – с.246-251.
- 10.Крапива С. Деньги с мусора / С.Крапива, А.Волосецкая // Бизнес. – 2004. – № 51. – с.86-91.

До розділу 3.4.1.

1. Аникин А.В. Золото: международный экономический аспект. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Международные отношения, 1988. – 336 с.
2. Современный рынок золота / Под ред. В.И. Букато и М.Х. Лapidуса. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
3. Борисов С.М. Золото в современном мире / С.М. Борисов; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. – М.: Наука, 2006. – 247 с.
4. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н.Д. Кондратьев; Международный фонд Н.Д. Кондратьева и др.; Ред. колл.: Абалкин Л.И. (пред.) и др.; сост. Яковец Ю.В. – М.: Экономика, 2002. – 767 с.
5. Костюхин Д.И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1973. – 312 с.

6. Никитин С.П. Конъюнктура мировых товарных рынков: преемственность и специфика. – М.: Международные отношения, 1982. – 216 с.
7. Кучеренко В.Р. Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг / В.Р. Кучеренко, В.А. Карпов, И.А. Соломенцев. – Одесса: Полиграф, 2007 – 226 с.
8. Клинов В.Г. Экономическая конъюнктура. Факторы и механизмы формирования: Учеб. пособие / В.Г. Клинов. – М.: Экономика, 2005. – 278 с.
9. Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. – М.: Международные отношения, 1993. – 264 с.
10. Corti C.W., Holliday R.J., Thompson D.T. The Unique Properties of Gold For Nanoscale Technologies and Fabrication / World Gold Council, 2004. – http://www.gold.org/discover/sci_indu/indust_app/pdf/nanofabrication_symposium_2004.pdf.
11. Supply and Demand Statistics // World Gold Council, 2007. – http://www.gold.org/value/stats/statistics/gold_demand/index.html.
12. London Bullion Market Association, 2008. – <http://www.lbma.org.uk>.

До розділу 3.4.2

1. Березін О.В./ Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку. – К: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
2. Харчова промисловість Одещини. Статистичний збірник. – Одеса: Головне управління статистики в Одеській області. - 2008. – 38 с.
3. Економічне і соціальне становище Одеської області за 2008 рік. Статистичний бюлетень. – Одеса, Головне управління статистики в Одеській області, 2009. – 102 с.

До розділу 4.1

1. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы. М.: Наука, 2002. –244с.
2. Гальчинський А.С., Геєць В.М., Кінах А.К., Семиноженко В.П. Інноваційна стратегія українських реформ. К.: Знання України, 2002. –336с.
3. Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафа люк О.К. Товарна інноваційна політика. К.: КНЕУ, 2002. -266с.
4. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів:Видавн. центр Львівського національного університету ім..І.Франка. 2001. – 608с.
5. Статистичний щорічник Одеської області за 2007 рік. Одеське обласне управління статистики Держкомстату України. Одеса, 2007р. –546с.
6. Інноваційна стратегія українських реформ / Гальчинський А.С. Геєць В.М. Кінах А.К. Семиноженко В.П. – К.: Знання України , 2002. –336с.
7. Василенко В.А. Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навч. посіб. – К.: ЦУЛ. 2003. – 396с.
8. Круглова Н.Ю. Инновационный менеджмент. Учеб.пособие.2-е изд. - М.: Изд-во РДЛ, 2001. С.131-133.

Додаток А

Таблиця 1

Валовий збір цукрових буряків (фабричних)
в усіх категоріях господарств Одеської області

(тис. ц)

Адміністративні одиниці	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Одеська область	2716,4	2476,2	2238,4	2225,1	1161,3	2398,4	631,7
м/Одеса	0,3	0,4	-	-	-	-	-
райони							
Ананівський	51,7	40,1	18,3	20,2	6,0	37,9	7,7
Арцизький	24,9	1,5	-	-	-	-	-
Балтський	323,4	337,3	279,5	380,7	191,9	208,8	109,7
Білгород- Дністровський	11,3	6,3	-	-	-	-	-
Біляївський	20,1	16,1	12,0	3,8	1,9	2,2	-
Березівський	157,6	175,0	159,2	73,5	28,6	97,0	4,3
Болградський	19,3	6,0	-	-	-	-	-
Велико- Михайлівський	67,0	56,4	55,6	69,1	32,9	41,0	1,6
Іванівський	129,8	92,9	131,6	123,0	46,6	174,4	30,9
Ізмаїльський	4,3	0,2	-	-	4,0	-	-
Кілійський	3,2	1,8	3,5	-	-	-	-
Кодимський	250,1	375,7	224,9	227,6	150,2	111,4	80,9
Комінтернівський	33,1	5,1	35,7	-	-	-	-
Котовський	280,9	303,3	229,1	239,8	186,5	421,5	230,8
Красноокнянський	89,9	30,6	44,9	50,2	53,2	359,3	47,9
Любашівський	325,3	237,7	292,0	315,5	161,9	202,0	46,5
Миколаївський	64,3	32,7	36,9	12,3	9,2	22,7	14,9
Овідіопольський	-	-	-	-	-	9,7	-
Роздільнянський	46,1	49,0	50,8	41,4	-	-	-
Ренійський	-	-	-	-	-	-	-
Савранський	125,8	181,6	76,3	198,2	45,0	68,0	33,1
Саратський	210,4	163,8	168,4	148,2	66,5	162,4	-
Тарутинський	-	-	-	-	-	-	-
Татарбунарський	41,3	15,8	42,8	21,6	4,7	136,3	0,5
Фрунзівський	83,5	69,9	47,1	44,4	22,0	20,3	3,2
Ширяївський	352,8	277,0	329,8	255,6	150,2	323,5	19,7

[3, с.20]

Таблиця 2

Урожайність цукрових буряків (фабричних)
в усіх категоріях господарств Одеської області

(ц з 1 га зібраної площі)

Адміністративні одиниці	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Одеська область	145,2	145,5	156,1	199,5	180,9	227,3	161,5
м/Одеса	169,5	189,5	-	-	-	-	-
райони							
Ананьївський	100,4	94,8	98,6	173,5	65,5	263,4	36,4
Арцизький	149,3	20,0	-	-	-	-	-
Балтський	158,3	185,6	156,8	194,7	178,4	181,2	183,5
Білгород- Дністровський	75,7	83,6	-	-	-	-	-
Біляївський	122,3	160,6	121,3	154,6	178,8	224,2	-
Березівський	132,6	118,1	133,9	240,9	133,6	164,4	86,7
Болградський	104,4	35,5	-	-	-	-	-
Велико- Михайлівський	162,2	208,6	147,1	270,8	328,5	357,5	160,8
Іванівський	172,2	109,3	157,2	279,6	190,1	236,4	60,1
Ізмаїльський	108,3	13,3	-	-	167,1	-	-
Кілійський	158,0	32,4	75,0	-	-	-	-
Кодимський	125,6	199,7	177,4	170,8	243,2	240,5	255,0
Комінтернівський	163,6	93,7	336,9	-	-	-	-
Котовський	142,2	170,0	140,0	218,4	191,3	315,0	256,8
Красноокнянський	168,3	74,7	155,4	205,9	215,5	288,8	128,2
Любашівський	168,3	186,4	188,4	221,9	161,5	241,1	117,1
Миколаївський	101,8	51,9	71,6	61,3	153,7	156,8	149,0
Овідіопольський	-	-	-	-	-	193,4	-
Роздільнянський	130,6	182,9	180,3	186,3	-	-	-
Ренійський	-	-	-	-	-	-	-
Савранський	145,8	151,2	131,5	218,5	96,9	112,1	166,4
Саратський	115,0	93,3	154,5	196,6	121,1	178,2	-
Тарутинський	-	-	-	-	-	-	-
Татарбунарський	94,2	76,3	91,1	84,9	87,2	130,3	160,7
Фрунзівський	154,0	137,5	117,0	210,2	224,6	176,1	160,8
Ширяївський	198,8	162,0	202,0	181,3	254,2	309,3	90,0

Регресійний аналіз взаємозв'язку втрат води при доставці з динамікою споживання води населенням

ВИВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ Регресія втрат
води при
доставці до
споживачів

<i>Регресійна статистика</i>	
Множинний R	0,861142
R-квадрат	0,741566
Нормований R-квадрат	0,68988
Стандартна помилка	4229,053
Спостереження	7

Дисперсійний аналіз

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значущість F</i>
Регресія	1	2,57E+08	2,57E+08	14,34732	0,012787
Залишок	5	89424439	17884888		
Разом	6	3,46E+08			

	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна помилка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значення</i>	<i>Нижня 95%</i>	<i>Верхня 95%</i>	<i>Нижня 95,0%</i>	<i>Верхня 95,0%</i>
Y-пересечение	11873,07	18051,58	0,65773	0,539781	-34530	58276,14	-34530	58276,14
Змінна X 1	0,874392	0,230845	3,787786	0,012787	0,280986	1,467798	0,280986	1,467798

Підписано до друку 3.07.2010. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк.15,5.
Тираж 300 прим.

Видавництво «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м.Одеса, Ольгіївський узвіз, 8,
Свідотство ДК № 3564 от 31.08.2009,
тел.:728-45-71
e-mail:ev_atlant@mail.ru