

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ім. М. Туган-Барановського



Торгівля і ринок України

Тематичний збірник наукових праць
з проблем торгівлі

Випуск 16

Донецьк 2004

Міністерство освіти і науки України
Донецький державний університет економіки і торгівлі
ім. М. Туган-Барановського

ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ

Тематичний збірник наукових праць

**Випуск 16
Том II**

Донецьк – 2004

ББК 65.422

Колектив авторів

Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. Вип. 16, т. II. / Голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. – 481 с.

Видається з 1994 р.

Виходить один раз на рік

Редакційна колегія:

Шубін О.О., д-р екон. наук (голов. ред.);
Садеков А.А., д-р екон. наук (відп. ред.);
Алачева Т.І., к.е.н. (відп. секр.);
Азарян О.М., д-р екон. наук;
Аптекарь С.С., д-р екон. наук;
Бабенко А.Г., д-р екон. наук;
Балабанова Л.В., д-р екон. наук;
Білопольський М.Г., д-р екон. наук;
Брітченко Г.І., д-р екон. наук;

Ландик В.І., д-р екон. наук;
Омелянович Л.О., д-р екон. наук;
Поклонський Ф.Є., д-р екон. наук;
Чернега О.Б., д-р екон. наук;
Бакунов О.О., канд. екон. наук;
Горожанкіна М.Є., канд. екон. наук;
Смерічевська С.В., канд. екон. наук;
Сухарева Л.О., канд. екон. наук;
Чацкіс Ю.Д., канд. екон. наук

Збірник розрахований на наукових та практичних працівників, керівників торговельних та інших галузевих підприємств, викладачів вищої школи, аспірантів, магістрантів, студентів.

Рекомендовано до друку Вченою радою Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Протокол № 10 від 27.05.2004 р.

Збірник входить до Переліку наукових видань, затвердженого ВАК України, в яких можуть публікуватися основні результати дисертаційних робіт. Бюлетень ВАК № 4 /1999р.

ISBN 966-7634-06-X

Адреса редакційної колегії збірника:
83050, м. Донецьк, вул. Щорса, 31

©Донецький державний університет
економіки і торгівлі
ім. М. Туган-Барановського, 2004

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

УДК 336.71

Садеков А.А., д-р екон. наук, проф.,

Брітченко І.Г., канд. екон. наук, доц. (ДонДУЕТ, Донецьк)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА БАЗІ БАНКІВСЬКОГО РИНКОЗНАВСТВА

У статті розглянуто взаємозв'язок, єдність та протиріччя функціонування банківської системи України та системи суспільного відтворення валового внутрішнього продукту. Розкрито роль банківського ринкознавства в підвищенні ефективності підприємництва як головного чинника процесів суспільного відтворення.

Процеси суспільного відтворення в сучасних ринкових умовах потребують підвищення ефективності виробництва валового внутрішнього продукту, що обумовлює пошук нових ефективних механізмів підвищення підприємницької діяльності, яка в ринкових умовах виступає підґрунтям для процесів суспільного відтворення та його інтенсифікації.

Метою поданої статті є визначення основних напрямків підвищення ефективності підприємницької діяльності за допомогою механізмів банківського ринкознавства та особливої ролі банківського ринкознавства, в порівнянні з банківським маркетингом та іншими напрямками економічних досліджень в галузі банківської справи.

Виклад основного матеріалу досліджень. Питання підвищення ефективності підприємництва на базі економічних досліджень в галузі банківської справи розглянуто багатьма вітчизняними та закордонними фахівцями, такими як М. Ю. Бабічев [1], М.О. Спіцин [5], І.Г. Брітченко [2] та іншими. Переважно взаємозв'язок процесів суспільного відтворення з банківськими механізмами розглядається за допомогою банківського маркетингу, як системи наукових знань, що дозволяє банківській системі та окремим комерційним банкам адекватно реагувати на ринкові зміни попиту та пропозиції, на відповідні процеси суспільного відтворення та підприємницької діяльності.

В умовах, що потребують інтенсифікації підприємницької діяльності та процесів суспільного відтворення, тобто в умовах розширеного суспільного відтворення концепція адекватного реагування банківської системи на перелічені процеси перестає бути достатньо ефективною. В умовах розширеного відтворення оптимальною виступає концепція банківського ринкознавства, яка полягає в адекватному реагуванні банківської системи на

процеси ринкової економіки (банківський маркетинг) з одночасним впливом на них (банківське ринкознавство). Ці питання у вітчизняній літературі розглянув у монографії Брітченко І.Г. [4]. До таких висновків можливо дійти розглянувши банківську систему як сукупність механізмів цілісного функціонування банківського капіталу та при одночасному розгляді механізму створення нового (реального) капіталу в галузі суспільного відтворення [3].

Дослідження в роботах Брітченка І.Г. [2; 3; 4] висвітлюють ефективність підприємництва на базі банківського ринкознавства, вони свідчать про те, що в умовах зниження обсягів суспільного відтворення та валового внутрішнього продукту доцільним виступає концепція банківського маркетингу, яка полягає в адекватному реагуванні банківської системи на процеси, що відбуваються в галузі виробництва валового внутрішнього продукту. Адекватне реагування банківської системи полягає в оптимальному розподілі кредитних ресурсів комерційного банку серед підприємств-виробників валового внутрішнього продукту.

В умовах зупинення спаду обсягів суспільного відтворення та формуванні умов для збільшення обсягів валового внутрішнього продукту актуальною є концепція банківського ринкознавства, яка полягає у адекватному реагуванні банківської системи на процеси, що відбуваються в галузі виробництва валового внутрішнього продукту з одночасним впливом на ці процеси. Такий вплив банківська система може здійснити за допомогою механізмів стимулювання процесів суспільного відтворення шляхом підвищення платоспроможного попиту населення за допомогою банківських механізмів споживчого кредитування.

При дослідженні застосування банківських механізмів оптимального розподілу кредитних ресурсів комерційного банку та механізмів стимулювання платоспроможного попиту населення треба особливо підкреслити, що їхнє застосування необхідне саме в тій частині, яка відповідає вимогам для зупинення падіння обсягів валового внутрішнього продукту або адекватно потребі та можливості його збільшення. Застосування чи обрання одного із цих механізмів виступає, у свою чергу, як елемент впливу банківської системи на підприємницькі процеси. Тому можна говорити про те, що банківський маркетинг виступає складовою частиною банківського ринкознавства. Тобто поняття банківського ринкознавства є більш широким, воно ґрунтується та будується на банківському маркетингу як базовому ланцюжку банківського ринкознавства.

Розглядаючи підвищення ефективності підприємницької діяльності за допомогою банківського ринкознавства, необхідно приділити особливу увагу тенденціям подальшого розвитку підприємницької діяльності. Тенденції розвитку підприємницької діяльності, у свою чергу полягають у подальшому уникненні головної ролі підприємства як суб'єкта підприємницької діяльності. Спостерігаються тенденції переходу підприємства з категорії "суб'єкта" такої діяльності до категорії її "об'єкта". Суб'єктом підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки виступає людина як головний чинник та учасник

процесів суспільного відтворення, створювач валового внутрішнього продукту та суспільного капіталу.

Механізми оптимального розподілу кредитних ресурсів серед підприємств – виробників валового внутрішнього продукту здійснюються за допомогою та на підставі економічних методів та розрахунків. Водночас, такий механізм є більше адміністративним, ніж економічним. Адміністративна природа цього механізму полягає в тому, що спрогнозувати платоспроможний попит на продукцію підприємства при суттєвому збільшенні її на ринку внаслідок розширеного відтворення практично неможливо. Таким чином, створюються об'єктивні передумови для диктатури вітчизняного виробника на внутрішньому ринку. Тобто механізм оптимального перерозподілу кредитних ресурсів банківської системи серед підприємств-виробників створює передумови для диктатури вітчизняного виробника на внутрішньому ринку, але практично створення такої диктатури в сучасних ринкових умовах не можливо. Неспроможність створення такого диктату виробника обумовлюється високим рівнем інтегрованості економіки країни у всесвітні економічні процеси та міжнародний розподіл праці. Процеси подальшої лібералізації міжнародних економічних стосунків та прагнення України вступити до Світової організації торгівлі роблять таку диктатуру вітчизняного виробника утопічною. Кредитування національною банківською системою вітчизняних виробників в умовах інтеграції у світову економіку робить їх не конкурентоздатними, в порівнянні з товарами, виробленими в країнах з розвинутою економікою. Це відбувається ще в тому, що у вітчизняного виробника відсутній достатній рівень орієнтації на реальний платоспроможний попит споживача, коли виробництво здійснюється не за рахунок споживача, а за рахунок кредитора. І ще тому, що відсотки за кредитні ресурси лягають на собівартість продукції, і тому, що при кредитуванні виробника існує найбільша вірогідність зловживань у кредитно-банківській системі. Як наслідок, вітчизняний споживач робить вибір не на користь вітчизняних механізмів суспільного відтворення.

Ринкознавчі механізми банківського стимулювання платоспроможного попиту населення позбавлені перелічених недоліків та за своєю природою є переважно економічними інструментами підвищення ефективності підприємницької діяльності. Такі механізми мають суттєві переваги над механізмами кредитування підприємств і тому, що одночасно створюють низку передумов для розвитку такої важливої галузі підприємницької діяльності, як страхування. Реальне страхування життя та працездатності людей стає не тільки корисним, а навіть і обов'язковим при укладанні угоди споживчого кредитування. Крім того такі механізми банківського ринкознавства орієнтують усю інфраструктуру суспільного відтворення на потреби споживача. Споживач при впровадженні таких механізмів може бути додатково зацікавлений та орієнтований на спрямування грошей до вітчизняних механізмів суспільного відтворення. Тобто створення умов для задоволення потреб людини-виробника, та є суб'єкта процесів суспільного відтворення є головною перевагою переважно економічних механізмів банківського ринкознавства та виступає головним чинником підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Особливою рисою економічних механізмів банківського ринкознавства є соціальна спрямованість яка спроможна підняти на належний рівень всю інфраструктуру дистрибуції, сервісу та послуг, що забезпечить задоволення потреб населення. Механізми банківського ринкознавства, спрямовані на стимулювання платоспроможного попиту населення, здатні вирішити значну частину проблем фінансування професійної освіти. Це відбувається тому, що при застосуванні банківською системою механізмів оптимального розподілення кредитних ресурсів серед підприємств-виробників обминаються цілі галузі суспільної діяльності включаючи освітню діяльність. Банки внаслідок багатьох різноманітних чинників не бачать в освітніх закладах потенційного позичальника. У разі банківського споживчого кредитування значна частин кредитних ресурсів комерційних банків буде спрямована на оплату вартості навчання, при цьому будуть створюватися більш рівні умови та можливості для отримання навчання особами з різних соціальних верств населення.

Особливу роль у формуванні розвитку та подальшому вдосконаленні банківського ринкознавства відіграють два головних фактори:

- регіональна природа механізмів банківського ринкознавства;
- банківська специфіка формування та функціонування капіталу, спрямованого на споживче кредитування.

Регіональна природа механізмів банківського ринкознавства ґрунтується на регіональному принципі розташування головного суб'єкта процесів суспільного відтворення – населення. Важливим також є і чинник регіонального розташування ресурсів то що. Але на перше місце автор ставить виключно трудові ресурси. Регіональний рівень підвищення ефективності підприємництва виступає первісним по відношенню до макроекономічних процесів суспільного відтворення. Тобто процеси суспільного відтворення на макроекономічному рівні виступають як сума процесів суспільного відтворення окремих регіонів.

Банківська специфіка формування і функціонування капіталу, спрямованого на споживче кредитування полягає у функціонуванні механізму формування та використання коштів на поточних рахунках клієнтів банківської системи. Широке використання механізмів банківського споживчого кредитування приводить до зменшення загального накопичення коштів населення та накопичення їх в у іноземній валюті зокрема. Уникнення об'єктивних передумов для зловживання при роботі з кредитними ресурсами підвищує оборотність капіталу, залученого до кредитних операцій. Це приводить до суттєвого збільшення залишків на поточних рахунках клієнтів комерційного банку, що дозволяє багаторазово збільшувати їх розмір шляхом мультиплікаційного ефекту та знижувати відсотки по наданих кредитах. Специфіка формування національного банківського капіталу створює умови, які відводять особливе місце саме банківському ринкознавству у процесах підвищення ефективності підприємницької діяльності. Саме банківські механізми виступають як більш ефективні у порівнянні з податковими механізмами чи меха-

нізмами державного регулювання економіки, тому що саме вони створюють економічні передумови для інтенсифікації підприємницької діяльності.

Розглядаючи ефективність підприємницької діяльності, потрібно брати до уваги те, що банківська діяльність також є видом підприємницької діяльності. Запропоновані механізми банківського ринкознавства підвищують ефективність функціонування як комерційних банків, так і парабанківської системи, що є важливою складовою процесів суспільного відтворення. Банківська система на міжнародному рівні виступає як суб'єкт створення або знищення значної частки валового внутрішнього продукту. Її роль у процесах міжнародного перерозподілу капіталу стає все більш актуальною з урахуванням процесів глобалізації світової економіки. У той час, коли на внутрішньому (регіональному) рівні банківська система виступає як інфраструктура процесів суспільного відтворення, на зовнішньому (міжрегіональному або міжнародному) рівні вона виступає самостійним виробником значної частин валового внутрішнього продукту та є безпосереднім учасником та суб'єктом процесів суспільного відтворення.

Висновки. Підвищення ефективності підприємництва на базі банківського ринкознавства базується на механізмах адекватного реагування банківської системи на відповідні ринкові умови створення валового внутрішнього продукту та процеси суспільного відтворення. Підвищення ефективності підприємницької діяльності, зростання обсягів валового внутрішнього продукту та інтенсифікації процесів суспільного відтворення в сучасних умовах ринкової економіки є можливим за допомогою застосування ринкознавчих механізмів стимулювання платоспроможного попиту населення шляхом банківського споживчого кредитування.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розвиток банківської інфраструктури та широкої гами нових банківських послуг, що дозволяє найбільш ефективно та досконало реалізовувати концепцію стимулювання платоспроможного попиту населення за допомогою банківських механізмів споживчого кредитування. Не менш важливим напрямком банківського ринкознавства виступає дослідження його міжнародної (міжрегіональної) ролі.

Література

1. Бабичев М. Ю. Банковское дело. – М.: Экономика, 1994. – 396 с.
2. Бритченко И.Г. Банковский маркетинг: организации процессов инвестирования. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 1997. – 200 с.
3. Бритченко И.Г. Системность банковского дела и реальный капитал. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 1998. – 134 с.
4. Бритченко И.Г. Региональные аспекты банковского рынковедения: Монография. – Донецк: ДонГУЭТ, 2003. – 291 с.
5. Спицын И.О. Маркетинг в банке / И.О. Спицын, Я.О. Спицын. – К.: Писпайп, 1993. – 656 с.

ЗМІСТ

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Балабанова Л.В., Савельєва К.В.

Імідж підприємства: сутність і методика його моделювання3

Бабкін Д.О.

Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності12

Балабаниць А.В.

Стратегічний ризик-менеджмент у системі маркетингової взаємодії
підприємства.....17

Балабанова І.В.

Рекламна діяльність торговельних підприємств: проблеми та шляхи їх
вирішення.....23

Варфоломєєв О.М.

Інформаційні основи сучасного менеджменту29

Воробйова О.К.

Оцінка стратегічного потенціалу персоналу.....36

Гайдей О.О.

Стратегічне планування та проблеми його впровадження на підприємствах
м. Маріуполя.....43

Григор'єв О.В., Селевко Г.О.

Інформаційна система підтримки прийняття рішення при доборі персоналу
на вакантне місце49

Долозіна І.Л.

Методичні аспекти стратегії підприємств на ринку тютюнових виробів54

Ємцева Л.М.

Теоретичні аспекти соціально-психологічних особливостей української
реклами60

Козицька Г.В.

Реструктуризація підприємств у контексті нової економічної моделі
XXI сторіччя66

Костенко Л.О. Стратегічний підхід у рекламній діяльності в умовах трансформації економіки	73
Кривенко Г.В. Управління конкурентним ризиком.....	78
Левченко М.М. Аналіз методів управління персоналом на підприємствах харчування.....	83
Лисевич В.В. Діагностика процесу стратегічного маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємств	88
Лутай Л.А. Формування трудової дисципліни як фактор мотивації праці.....	96
Маренкова Г.О. Сутність і особливості розподілу в умовах маркетингової орієнтації.....	103
Михайлова Т.П., Миловидова Ю.І. Деякі аспекти об'єднання підприємств: вітчизняна та міжнародна практика	109
Сарапука О.В. Вплив менеджменту знань на трудовий потенціал підприємства.....	114
Сардак О.В. Дослідження системи цінностей споживачів у процесі формування цінової політики торговельних підприємств.....	118
Сухарєв П.М., Кісіль О.В. Індивідуальні схеми розвитку регіональних хлібокомбінатів	123
Фоломкіна І.С. Оцінка ефективності стратегічного набору торговельних підприємств.....	129
Фролова Л.В. Методи логістичного управління підприємством.....	136
Ярославцева М.В. Метод вибору розміщення бізнес-системи	146

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

Садєков А.А., Брітченко І.Г. Підвищення ефективності підприємництва на базі банківського ринкознавства.....	152
Бабенко А.Г. Регіональний продовольчий ринок та особливості його формування	157
Азарян О.М., Бєленький Ю.О. Аспекти діяльності ринку нафтохімії в Україні	163
Азарян О.М., Шаповалов П.О. Передумови використання маркетингу в системі охорони здоров'я.....	167
Алексєєв С.Б. Проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах	172
Алтисва О.В., Радкевич Л.А. Маркетингова діяльність з формування товарного асортименту мийних косметико-гігієнічних засобів	177
Батиченко Н.В. Психомантичні методи дослідження брендів	182
Бриндіна О.А. Діагностика конкурентоспроможності товарів на торговельних підприємствах.....	188
Волокитіна Л.О., Криковцева Н.О. Маркетинг у системі післядипломної освіти: освітня послуга у відтворенні продуктивних сил суспільства.....	196
Гасило О.О. Упровадження маркетингового контролінгу в діяльність торговельних підприємств	202
Жаболєнко М.В. Розробка техніко-економічних показників оцінки конкурентоспроможності легкового автомобіля.....	208
Іщенко О.А. Маркетинг послуг на ринку мобільного зв'язку	214

Наукове видання

ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ
Тематичний збірник наукових праць

Випуск 16, том II

Розглядаються питання сучасної стратегії реформ у торгівлі, стабілізації економіки галузі і відновлення економічного зростання та поліпшення на цій основі добробуту людей. Висвітлюються питання щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємств, забезпечення інтеграції української економіки в структурі світового економічного простору.

Scientific publication
TRADE AND MARKET OF UKRAINE
Topical collection of research papers

Edition 16, volume II

The problems of the present strategy of trade reforms, stabilization of economy in the branch, resumption of economic growth and people's well-being on the base are under consideration. The issues of increasing the investment attractiveness of enterprises, ensuring the Ukraine's economy integration into the world's economic environment structure are enlightened.

Відповідальний за випуск
Старший редактор
Редактори

Т.І. Алачева
Л.Г. Мельникова
Л.М. Михайлик
Н.Ю. Булава

Комп'ютерна верстка
Технічний редактор
Коректор

І.В. Покидько
О.І. Шелудько
Л.Я. Плахтій

Свідоцтво про реєстрацію КВ № 204 від 10.11.1993 року

Підписано до друку 28.05.2004 р. Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк – ризографія. Ум. друк. арк. 30,0.
Обл.-вид. арк. 25,0. Тираж 500 прим. Зам. № 677.

Донецький державний університет економіки і торгівлі
ім. М. Туган-Барановського
83050, м. Донецьк, вул. Щорса, 31.
Редакційно-видавничий відділ
83023, м. Донецьк, вул. Харитонова, 10. Тел.: (0622) 97-60-50

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 1106 від 5.11.2002 р.