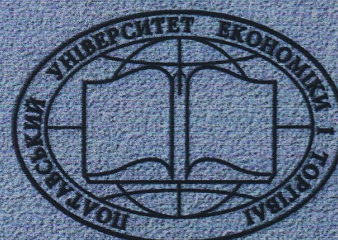


# Науковий Вісник

ПОЛТАВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ



№ 2 (53)  
2012

Серія  
«ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

<b>Іваненко І. А., Пенчева О. В.</b> Сучасні особливості розвитку світового ринку одягу ..... 42	<b>II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ</b>
<b>Новіков Є. Ю.</b> Сутнісний зміст поняття «продовольча безпека» ..... 47	<b>Скоробогатова Т. М.</b> Використання концептуальних положень інноваційної логістики у сфері послуг ..... 94
<b>Плужник А. В.</b> Концепція економічної безпеки міст України в умовах глобалізації..... 51	<b>Майданевич П. М.</b> Маркетинговий аудит як інструмент антикризового управління на прикладі підприємств харчової галузі..... 99
<b>Хассуна Б.</b> Оцінка асиметрії інноваційного розвитку Європейського Союзу..... 54	<b>Момот О. І., Норенко Ю. І.</b> Упровадження корпоративних технологій управління в Україні..... 102
<b>Шевря М. Ю.</b> Інституційні детермінанти механізму активізації стратегічного потенціалу національної економіки ..... 58	<b>Білозубенко В. С., Абрашка О. В.</b> Особливості формування соціальної складової інноваційної політики Європейського Союзу ..... 105
<b>Кубіній В. В.</b> Кластер як стратегічний ресурс формування інноваційного потенціалу національної економіки ..... 63	<b>Азарян О. М.</b> Управління економічним потенціалом промислових підприємств..... 108
<b>Іванченко Г. В.</b> Синергетичний ефект кластерних утворень у регіоні ..... 66	<b>Нестуля О. О.</b> Лідерство за визначенням «Артхашастрі» Каутільї..... 112
<b>Ігнатенко В. Ю.</b> Удосконалення механізму формування бюджетного потенціалу регіонів на основі методу кластеризації..... 70	<b>Карпенко Н. В.</b> Інноваційні підходи до формування маркетингових комунікацій на фармацевтичному ринку..... 119
<b>Колосінський Є. Ю., Колосінська М. І.</b> Концепція розвитку промислового туризму в Україні ..... 76	<b>Павленко І. Г.</b> Державна інноваційна політика в Автономній Республіці Крим..... 123
<b>Мокєрова Н. В.</b> Визначення сутності соціального капіталу споживчої кооперації..... 80	<b>Полянко В. В., Канут Н. С.</b> Визначення рівня задоволеності споживачів як основна умова конкурентоспроможності ВНЗ на ринку надання освітніх послуг ..... 126
<b>Радченко Ю. С.</b> Вплив глобалізації на розвиток кооперативної нормативної бази ..... 85	<b>Тягунова Н. М., Тягунова З. О.</b> Методичні підходи до оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств ..... 132
<b>Лютій С. В.</b> Вплив циклічності на національну економіку ..... 89	<b>Шульженко Л. Є.</b> Передумови створення системи економічної безпеки стратегічного альянсу ..... 137

<b>Острянина С. В.</b> Критерии проведения оценки экономической деятельности и управления уровнем конкурентоспособности предприятия.....	185	<b>III. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ</b>	
<b>Голубовская О. И.</b> Перспективные виды рекламы сельского туризма .....	191	<b>Педченко Н. С., Луговская Л. А.</b> Сущность понятия «долговая политика государства».....	229
<b>Родионова И. В.</b> Влияние внутренних и внешних факторов на уровень инновационного потенциала предприятий легкой промышленности .....	194	<b>Ильяшенко К. В., Левченко А. Н.</b> Проблемы прогнозирования налоговых поступлений в государственный бюджет Украины .....	236
<b>Игошина М. Е.</b> Теоретические и методические положения организационного обеспечения производства промышленного предприятия.....	197	<b>Зайцев А. В.</b> Терминологическая определённость и однозначность финансовых показателей (часть 2) .....	242
<b>Гасанова Н. Р. кызы.</b> Теоретические аспекты стратегического управления .....	200	<b>Егорычева С. Б.</b> Брендинг как составляющая комплекса маркетинговых коммуникаций банка.....	248
<b>Ишков С. В.</b> Особенности современного этапа эволюции и основные направления энергетической политики Европейского Союза .....	207	<b>Власенко Е. Ю., Бритченко И. Г.</b> Факторный анализ валютного курса в Украине .....	252
<b>Ищейкин Т. Е.</b> Инновационное развитие розничных торговых предприятий потребительской кооперации Украины: направления и задания (часть 1) .....	211	<b>IV. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ</b>	
<b>Войтович С. Я., Потапюк И. П.</b> Методика оценки эффективности стратегического управления маркетингом услуг предприятий сферы физической культуры и спорта .....	216	<b>Любимов Н. А., Мельник С. И.</b> Роль международных стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности в обеспечении унификации бухгалтерского учета на международном уровне и опыт их применения .....	257
<b>Гасюк Л. М.</b> Определение мотивации в управлении: теоретические подходы .....	220	<b>Лазуренко В. И., Захарченко В. Ю.</b> Проблемы учета и контроля объектов интеллектуальной собственности .....	262
<b>Грек Д. В.</b> Оценка в системе управления человеческим капиталом предприятий ресторанного хозяйства.....	224	<b>VI. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>	
		<b>Никифоренко В. Г.</b> Формирование критического мышления студентов.....	270
		<b>Тюленев Г. Д.</b> Модель оценки экономической безопасности ВУЗА.....	274
		<b>Аннотации .....</b>	291

Отже, наявність у банку відомого бренду сприяє його успішному функціонуванню та стабільному розвитку. Цінність, що створюється брендом банку, надає додаткові конкурентні переваги на ринку, підвищує довіру клієнтів, допомагає у створенні позитивної ділової репутації та іміджу. Першочерговим завданням, яке виконує брендинг, є забезпечення впізнаваності банку з-поміж наявної значної кількості конкурентів. Особливий фірмовий стиль, логотип і слоган банку слугують невід'ємними атрибутами, які створюють у споживачів позитивні асоціації з конкретним банком. Від того, наскільки правильними будуть вибір самого бренду та компанія з його популяризації, залежать не лише ефективність вкладень у маркетинг, а й життєздатність самого банку на ринку. Саме тому визначати вектор розвитку бренду повинна концепція, що інтегрована у корпоративну стратегію банку та включає у себе загальноприйняті у банківській установі стандарти надання послуг.

Перспективи подальших досліджень зазначеної проблематики полягають у з'ясуванні

сутності, особливостей і механізмів здійснення ко-брендингу та ребрендингу у сфері банківських послуг.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Эллууд А. Основы брэндинга : [пер. с англ.] / А. Эллууд. – М. : Фаир-пресс, Гранд, 2003. – 336 с.
2. Єгоричева С. Б. Банківські інновації : навч. посіб. / С. Б. Єгоричева. – К. : Центр учбової л-ри, 2010. – 208 с.
3. Савонь В. Ребрендинг финансовых учреждений и его эффективность / В. Савонь. – Банковский вестник. – 2007. – № 34. – С. 46–52.
4. Білошапка В. С. Створення бренду банку / В. С. Білошапка // Фінанси, облік і аудит. – 2008. – № 12. – С. 7–13.
5. Аакер Д. А. Создание сильных брендов / Д. А. Аакер. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. – 440 с.
6. Інформаційний центр «ElVisti» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visti.net>. – Назва з екрана

УДК 519.237.7:336.748(477)

## ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ВАЛЮТНОГО КУРСУ В УКРАЇНІ

Є. Ю. Власенко; І. Г. Брітченко, доктор економічних наук

Валютне регулювання є важливою складовою економічної політики держави. Для проведення дієвої валютної політики стосовно регулювання валютного курсу доцільно здійснити факторний аналіз валютного курсу в Україні.

Проблемою впливу факторів на валютний курс займалися: І. Дернова, О. Дзюблюк, Н. Жмурко, Ю. Корнєєва Л. Мельник, В. Міщенко, М. Савлук, О. Момот, Д. Чирка а також Д. Піскулов і Дж. Вільямсом.

Метою статті є дослідження факторів які впливають на зміну валютного курсу, а також їх впливу на економіку.

Відомо, що валютний курс – це мінова вартість національних грошей однієї країни, виражена в грошових одиницях іншої країни [4, с. 219]. Валютний курс необхідний для порівняння цін світових і національних ринків, а також вартісних показників різних країн, виражених у національних або іноземних валютах; періодичної переоцінки рахунків в іноземній валюті фірм та банків; обміну валютами при торгівлі товарами, послугами, під час руху капіталів і кредитів [1, с. 269].

В економічній літературі існує велика різноманітність класифікацій курсоутворювальних факторів. Наприклад, Д. Ю. Піскулов

виділив три групи факторів формування валютного курсу: 1) фундаментальні – основні макроекономічні показники, які впливають на учасників валютного ринку, і сам процес курсоутворення в середньостроковій перспективі; 2) технічні фактори, тобто основні закономірності поведінки валютних курсів у ретроспективі, які впливають на ухвалення рішень про купівлю чи продаж валюти і мають, скоріш за все, психологічний характер; 3) короткострокові, або несподівані, – форс-мажорні обставини, політичні, дії центральних банків тощо [8, с. 86]. Корисною є класифікація, запропонована Дж. Вільямсом, який припускав слабкий зв'язок між макроекономічними показниками та валютним курсом і для створення більш точної моделі поділив фактори на дві групи: 1) традиційні фундаментальні (грошова пропозиція, рівень цін, номінальні відсоткові ставки тощо) і 2) фактичні фундаментальні, тобто показники фінансового ринку [11, с. 257].

На нашу думку, незважаючи на таку різноманітність поділів основних факторів, які впливають на валютний курс, найбільш поширеною та ефективною є класифікація за термінами дії, що наведена на рис.:

реною та ефективною є класифікація за термінами дії, що наведена на рис.:

- довгострокові (структурні);
- короткострокові (кон'юнктурні);
- надзвичайні (форс-мажорні) фактори.

На валютний курс у разі настання певних обставин впливають надзвичайні так звані «форс-мажорні» фактори, а саме:

- фінансово-економічні кризи;
- політичні події – війна, приходи до влади президентів, політичні скандали, терористичні акти;
- стихійні лиха (землетруси, цунамі, тайфун, повені та інше);
- епідемії, техногенні катастрофи та інші надзвичайні події.

Короткострокові фактори – це конкретні умови в певний час, які важко передбачити і характер впливу яких є найрізноманітнішим. На наш погляд, цілком справедливим є те, що кон'юнктурні (короткострокові) фактори або фактори стану впливають на динаміку валютного курсу відповідно до короткочасних змін ділової активності та не пов'язані з тими чи іншими зрушеннями у реальному секторі гос-

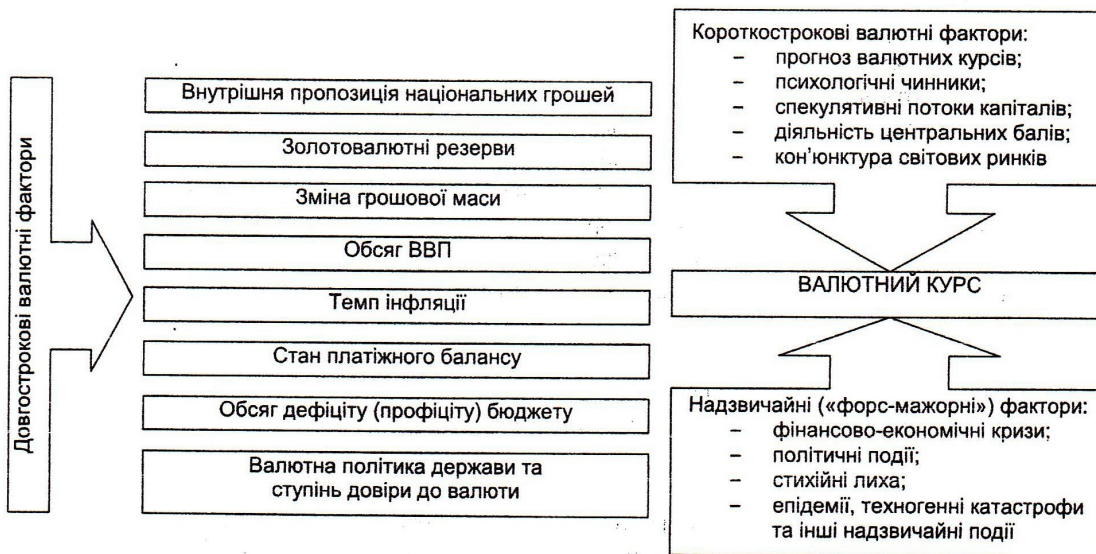


Рис. Фактори впливу на валютний курс

Незначною мірою на курс валюти впливають прогнози валютних курсів через поширення чуток, прогнозів і здогадок у засобах

масової інформації, що породжують ажіотаж на валютному ринку. Наступним чинником, який впливає на валютний курс, є психоло-

гічний чинник тобто песимістичні настрої в суспільстві щодо перспектив подальшого економічного розвитку і наявність інфляційних і девальваційних очікувань тощо.

У сучасних умовах нестабільної економіки на особливу увагу заслуговує такий фактор, як спекулятивні потоки капіталів. Цей фактор може вплинути на динаміку обмінного курсу в тому разі, якщо Національний банк України намагається утримувати його на певному рівні на противагу дії ринкових сил. Якщо курс певної національної валюти має тенденцію до зниження, то фірми і банки намагаються завчасно продати її в обмін на більш стійкі валюти, розраховуючи через певний час провести зворотну операцію за нижчим курсом. Різниця, таким чином, утворює спекулятивний дохід. Зазначені операції суттєво послаблюють курс національної валюти, а зусилля Національного банку України в кінцевому підсумку виявляються марними [5, с. 228].

Національний банк України відіграє свою роль на валютному ринку, виконуючи обрану валютну політику в державі. Державне регулювання валютного курсу спрямоване на його підвищення або зниження, враховуючи його завдання. Таким чином, Національний банк України може створювати переваги експортерам або імпортерам. Завищуючи курси, експортери отримують додатковий дохід, а тому й можливість маніпулювати ціною в процесі конкуренції з іншими країнами за ринки збуту. У разі зниження курсу додаткові переваги матимуть імпортери, які після продажу імпортованих товарів, при обміні національної грошової одиниці зможуть отримати більше іноземної валюти [9, с. 202].

Очевидно, що вплив кон'юнктурних факторів на динаміку валютного курсу передбачити порівняно складно, особливо в нестабільних умовах країн із перехідною економікою і нестабільною політичною системою. Результатом дії сукупності кон'юнктурних факторів є переміщення потоків капіталів, які безпосередньо пов'язані з політичними подіями в країні, тому саме внутрішньополітична нестабільність в країні породжує відтік капіталу. Оскільки, відтік капіталу – це активне вивезення резидентами і нерезидентами своїх ка-

піталів за кордон, то за логікою це зумовлює зростання попиту на іноземну валюту і девальвацію національної валюти [5, с. 227].

Поряд із кон'юнктурними чинниками, вплив яких важко передбачити, на попит і пропозицію валюти, тобто на динаміку її курсу, впливають і відносно довгострокові тенденції, які визначають стан тієї чи іншої національної грошової одиниці у валютній ієрархії. Вагомий вплив на валютний курс має обсяг ВВП (ринкова вартість усіх послуг і товарів, зроблених у країні). Існує прямо пропорційне співвідношення між ВВП і валютним курсом: збільшення ВВП призводить до збільшення попиту на гривню, оскільки зростають обсяги виробництва, рівень платоспроможного попиту населення, конкурентоспроможність національних товарів, а це, у свою чергу, зумовлює підвищення курсу національної одиниці. Якщо прогнозується зниження зростання ВВП, то учасники валютного ринку скуповують іноземну валюту, що спричинює девальвацію національної [10, с. 66].

Темпи зміни грошової маси безпосередньо пов'язані зі зміною обмінного курсу. Зростання грошової маси, і готівкової, і безготівкової призводить до зниження курсу національної валюти, і навпаки. Регулювання обсягу грошової маси в обігу в Україні відбувається лише через банківську систему за рахунок емісійної діяльності НБУ чи комерційних банків. При цьому НБУ проводить емісію як готівкових, так і безготівкових грошей, комерційні – лише безготівкових.

Вплив динаміки грошової маси на обмінний курс може відбуватися таким чином: 1) позначатися на рівні внутрішніх цін, які, в свою чергу, впливають на рівень валютного курсу; 2) безпосередньо впливати на попит та пропозицію національної валюти, що викликає зміну її ціни на внутрішньому валютному ринку країни. Для проведення аналізу грошової пропозиції найчастіше використовують грошовий агрегат M2, який включає готівкову масу, кошти на поточних рахунках та на рахунках до запитання, а також кошти на всіх видах строкових рахунків. Це пов'язано з тим, що встановлення обмінного курсу національної валюти відбувається під впливом попиту та

пропозиції, які, в свою чергу, формуються за рахунок надходжень іноземної валюти від зовнішньоторговельних операцій [2, с. 149–150].

Наступний чинник, який впливає на валютний курс, – стан платіжного балансу. Платіжний баланс – це співвідношення всіх фактичних платежів, здійснених певною країною на користь інших країн, і надходжень коштів, які вона отримала з-за кордону [3, с. 269]. Активний платіжний баланс сприяє підвищенню курсу національної валюти, оскільки зростає попит на неї іноземних боржників і надходження іноземної валюти на національний валютний ринок. Пасивний платіжний баланс породжує тенденцію до зниження курсу національної валюти, тому що боржники продають її на іноземну валюту для погашення своїх зовнішніх зобов'язань [4, с. 250]. Якщо торговельний баланс країни буде дефіцитним, то внаслідок зменшення суми валютних надходжень попит на іноземну валюту зростає.

Важливим фактором, який чинить значний вплив на курс гривні є, безумовно, інфляція (дефляція). Чим вищий темп інфляції в країні, тим нижчий курс її валют. Інфляційне знецінення грошей у країні викликає зниження купівельної спроможності і тенденцію до падіння їх курсу до валют країн, де темп інфляції нижчий. Дана тенденція звичайно простежується в середньо- і довгостроковому плані. Залежність валютного курсу від темпу інфляції особливо велика у країн із великим об'ємом міжнародного обміну товарами, послугами і капіталами. Це пояснюється тим, що найтісніший зв'язок між динамікою валютного курсу і відносним темпом інфляції виявляється при розрахунку курсу на базі експортних цін [7, с. 43–44].

Наступним чинником є бюджетний дефіцит, який веде до ослаблення валютного курсу і нарощування боргів, а профіцит – до зростання валютного курсу [10, с. 68]. Вплив внутрішньої пропозиції національних грошей базується на тісному зв'язку валютного ринку з іншими сегментами грошового ринку. Якщо пропозиція грошей на ринку банківських кредитів чи ринку цінних паперів зростає, це може погіршити кон'юнктуру на цих ринках, уна-

слідок чого частина пропозиції грошей звідти перейде на валютний ринок, де кон'юнктура залишилась незмінною. Але якщо таке розміщення грошей буде значним, то попит на валюту почне зростати випереджаючими темпами і рівновагу буде порушено і там. Якщо пропозиція грошей зростатиме безпосередньо на валютному ринку (зовнішня пропозиція), наприклад, у цілях валютної інтервенції, то це негайно вплине на його кон'юнктуру і вона погіршає для національної валюти [10, с. 268].

Вагомий вплив на валютний курс і економіку країни є золотовалютні резерви (офіційні валютні резерви). Для підтримки валютного курсу центральні банки повинні мати достатню кількість офіційних валютних резервів. І якщо країна не володіє необхідними ресурсами, фіксований курс можна вважати штучно підтримуваним, отже, більш вразливим до спекулятивних атак [6, с. 15]. Забезпечити підтримку стабільного валютного курсу країни можна за рахунок збільшення золотовалютних резервів.

Провідну роль у встановленні валютного курсу відіграє держава. Наприклад, саме державне регулювання валютного курсу є тим фактором, що визначає масштаби втручання державних органів у діяльність суб'єктів валютних відносин, що, у свою чергу, впливає на зміну обмінного курсу. Заходи державного регулювання обмінного курсу спрямовуються на підвищення, або зниження курсу національної валюти із метою підтримання макроекономічної рівноваги [10, с. 68].

Збільшення рівня довіри до валюти впливає на її частку у міжнародних розрахункових операціях і тим вищий попит на неї з боку суб'єктів міжнародної торгівлі, тому динаміка цього попиту безпосередньо впливає на обмінний курс. Потрібно враховувати, що відсутність адекватної та достовірної інформації посилює небезпеку спекулятивних атак і послаблює стійкість валюти. Із розвитком валютного ринку в умовах економічної глобалізації, удосконаленням його структури посилюється потреба у прогнозуванні динаміки обмінного курсу, здійснення, якого неможливе без урахування усіх факторів, як короткострокового, так і довгострокового характеру [5, с. 229].

Формування валютного курсу є багатофакторним процесом, зумовленим тісними взаємозв'язками національної та світової економік, взаємозалежністю різних сфер економіки та суспільства країни, різноманітними ситуаціями і явищами. Враховуючи це, аналіз структурних і кон'юнктурних чинників, визначення характеру їхнього впливу на валютний курс є необхідною умовою під час проведення валютно-курсової політики та прогнозування валютного курсу. Серед проаналізованих факторів на валютний курс впливають інфляція (дефляція), рівень ВВП, грошова маса, внутрішня пропозиція грошей, стан платіжного балансу, обсяг бюджету, валютна політика держави та ступінь довіри до валюти.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гроші та кредит / [М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 602 с.
2. Дернова І. А. Вплив монетарних факторів на динаміку курсу національної валюти / І. А. Дернова // Вісник Східноєвропейського університету. – 2010. – Вип. 2 (8). – С. 148–156.
3. Дзюблюк О. В. Валютна політика : підручник / О. В. Дзюблюк. – К. : Знання, 2007. – 422 с.
4. Еш С. М. Фінансовий ринок : навч. посіб. / С. М. Еш. – К. : Центр учбової л-ри, 2009. – 528 с.
5. Жмурко Н. Визначальні фактори утворення валютного курсу держави як головного елементу реалізації її валютно-курсової політики / Н. Жмурко // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 224–230.
6. Корнеєва Ю. В. Вибір валютного режиму та ефективність монетарної політики в перехідних економіках країн ЦСЄ / Ю. В. Корнеєва // Економічний простір. – 2010. – № 36. – С. 13–24.
7. Мельник Л. М. Чинники валютного курсу та його вплив на економічну ситуацію в Україні / Л. М. Мельник, В. Л. Мельник // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2010. – № 1. – С. 46–55.
8. Пискулов Д. Ю. Теорія і практика валютного дилінга : [приклад. посібник] / Д. Ю. Пискулов. – М. : ИНФРА-М, 1995. – 208 с.
9. Чирка Д. М. Валютний курс та його вплив на діяльність суб'єктів господарювання / Д. М. Чирка // ВІСНИК ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 201–203.
10. Шпенюк О. Є. Нестабільність валютних курсів в умовах глобалізації / О. Є. Шпенюк // Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – 2011. – № 41. – С. 64–75.
11. Williams G. Modelling real exchange rate behaviour : a cross-country study / G. Williams A. Parikh // Applied Financial Economics. – 1998. – Vol. 8 – P. 578.