

С учетом сложившегося экономического и политического положения в стране, а также специфики маркетинга в банковской сфере, можно разработать маркетинговую стратегию для банка «ПУМБ», рассчитанную на 5 лет — с 2011 по 2016 годы.

Маркетинговая стратегия банка «ПУМБ» должна сочетать в себе свойства дифференцированной и инновационных стратегий. Подобное решение позволит насытить большую часть рынка новой продукцией, которая будет учитывать изменяющиеся в течение пяти лет потребности клиентов.

Концепцией новой стратегии должна учитывать размерное распределение рынка (до 2016 года количество точек продаж увеличится до 220) и атакующую политику по отношению к конкурентам. Однако затраты на маркетинговые операции максимально возможных сумм не желательны, поскольку необходимым является сохранение лидирующего положения на рынке. Созданный благодаря экономии резерв можно будет использовать для защиты своего положения.

Выводы. Таким образом, с учетом таких факторов, как нестабильное экономическое и политическое положение в стране, специфика маркетинга в банковской сфере была определена маркетинговая стратегия и ее концепция для банка «ПУМБ» на период с 2011 по 2016 годы.

Библиографический список

1. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. — СПб: ЗАО Издательство "Питер" — 2000. — 256с.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика — СПб: ЗАО Издательство "Питер" — 1999. — 156с.
3. Гурьянов С.А. Маркетинг банковских услуг. / С.А. Гурьянов; под общ. ред. В.В. Томилова. — М.: Финансы и статистика. — 2003. — 349 с.
4. Рыжова К. Рефинансирование в Нацбанке продолжается? За взятку можно получить кредиты! // Корреспондент // 17.02.2010.

МОРОЗОВА Е.П., ст. гр. МЭД-09с

Науч. руков.: Харченко В.А., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

Проанализировано состояние легкой промышленности по основным экономическим показателям развития, предложены направления преодоления существующих кризисных явлений.

Актуальность. На сегодняшний день актуальным является изучение динамики развития легкой промышленности, которая характеризуется значительной емкостью внутреннего рынка (40–50 млрд. грн. ежегодно), высоким уровнем добавленной стоимости (до 50%), низкой энергоемкостью (1–3% валовых затрат), незначительным воздействием на экологию. На социально-экономическое состояние Украины влияет в первую очередь ситуация в промышленности. Общий объем промышленной продукции Украины в 2008 году вырос по сравнению с предыдущим годом на 7,7%, однако, наблюдается заметный спад динамики производства в 2009г. на 25,9%, что в первую очередь связано с финансово-экономическим кризисом, в результате которого многие предприятия Украины не имели достаточно средств на поддержание и развитие производства выпускаемой продукции.

Цель исследования заключается в анализе основных показателей, характеризующих состояние легкой промышленности Украины.

Основная часть. Легкая промышленность Украины является одной из важнейших отраслей национального промышленного комплекса. Поэтому проблемы, с которыми столкнулась экономика Украины в последние годы, не миновали и легкую промышленность. Отсутствие эффективных рычагов государственного регулирования и поддержки со стороны государства обострило ситуацию. Финансовые трудности, зависимость от импортного сырья, низкая инвестиционная активность способствовали резкому падению объемов производства в отрасли.

В легкой промышленности наблюдается значительный спад производства продукции, особенно в тех отраслях, которые связаны с пошивом одежды и обуви. Так, например, в 2008 году пошив одежды из меха и изделий из кожи упал соответственно на 17,8% (1647,8 тыс.шт.) и 14,9% (4611,7 тыс. шт.) по сравнению с 2006 годом [1]. Положительная динамика на протяжении всего рассматриваемого периода (2006-2008 гг.) наблюдается в производстве текстильной промышленности. Ее рост составил 8,8% (8682,9 тыс. м²).

Направления развития легкой промышленности проанализировали участники Всеукраинского совещания по вопросам развития легкой промышленности, прошедшего в июле 2009 года в ОАО «Тернопольское объединение «Текстерно» [2]. Для оценки ситуации в отрасли традиционно были взяты данные за 1990 год. Тогда было выпущено продукции на 15 млрд. долл., что обеспечило 10% всего промышленного производства. В 2007 году этот показатель не был равен даже одному проценту. За неполные 20 лет украинское производство ткани сократилось в 11 раз, сорочек — в 19, платьев и сарафанов — в 60. По предварительным подсчетам на одного украинца в год шьют одну рубашку в Украине и еще одну легально завозят из-за границы. Такая ситуация в легкой промышленности сложилась из-за заполнения украинских рынков дешевой турецко-китайской продукцией и западным секонд-хендом, импорт которого до сих пор осуществляется контрабандой. За годы независимости украинские швейные фабрики потеряли не только объемы производства, но и налаженную сеть оптовой торговли.

Результаты анализа производства основных видов продукции легкой промышленности приведены в табл. 1.

К основной продукции легкой промышленности относят выпуск ткани, постельного белья, ковров, мужской, женской и верхней одежды. В целом производство ткани имеет динамику роста в период с 2006 года по 2008 год. Однако в 2009 году производство основных видов продукции значительно снизилось.

Максимальное увеличение объема выпуска наблюдается по льняной группе тканей. По сравнению с 2007 годом выпуск льняных тканей увеличился более чем в 2 раза. В то же время выпуск специальной ткани (для спецодежды) снизился на 39,1%, что привело к уменьшению производства на 1813,9 тыс. м². Стабильный рост объемов выпуска наблюдается по следующим группам тканей: шерстяные ткани (7%), хлопковые ткани (7,8%) и ткани из химических волокон (4,3%). Общий рост объема выпускаемых тканей всех групп и расцветок в 2008 году по сравнению с 2007 годом составил 5,6% (5701,9 тыс. м²). Значительный рост объемов производства продукции легкой промышленности наблюдается также в выпуске трикотажных полотен, нижнего и постельного белья, что составляет соответственно 61,5% (1138,5 м²), 39,5% (5595 тыс.шт.) и 25,6% (2303 тыс.шт.). Выпуск ковров, верхней одежды, мужской и женской одежды также имеет динамику роста, однако она имеет менее выраженный характер и составляет соответственно 2,4% (168,8 тыс. м²), 5,1% (857 тыс.шт.) и 5,6% (67 тыс.шт.). Снижение объемов выпуска в 2008 году по сравнению с 2006 годом наблюдается в выпуске чулочно-носочных изделий (1,7%), женских сарафанов (3,9%), чемоданов (7,1%) и обуви (1,7%).

Таблица 1

Производство основных видов продукции легкой промышленности за 2006-2009 гг.

Продукция легкой промышленности	Значения произведенной продукции по годам				Отклонение:	
	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2009 к 2006, натур.ед.	2009 к 2006, %
Ткани - всего, тыс. м ² , из них:	98900	101881	107583	89008	-9892	-10,0
шерстяные	*	6157,8	6585,9	4368,4	-	-
льняные	*	151,4	485,2	354,7	-	-
хлопковые	*	44492,9	47944,9	32685,1	-	-
специальные ткани	*	4643,7	2829,8	2754,1	-	-
ткани из химических волокон	*	47368,5	49393,6	41598,3	-	-
Постельное белье, тыс.шт.	10347,0	8987,0	11290,0	8448,0	-1899	-18,4
Ковры и ковровые изделия, тыс. м ²	6520,0	7168,0	7337,0	6754,0	234	3,6
Полотна трикотажные машинной или ручной вязки, т	1835,0	1850,0	2989,0	2154,0	319	17,4
Чулочно-носочные изделия, тыс. пар	51100,0	60715,0	59700,0	57800,0	6700	13,1
Верхняя одежда (пальто, полупальто, жакеты, куртки, шубы и прочие изделия), тыс.шт.	9735,0	16660,0	17517,0	6114,0	-3621	-37,2
Костюмы мужские и женские, тыс.шт.	1159,0	1207,0	1274,0	754,0	-405	-34,9
Платья и сарафаны женские, тыс.шт.	912,0	921,0	885,0	1144,0	232	25,4
Нижнее белье, тыс.шт.	22291,0	14176,0	19771,0	14235,0	-8056	-36,1
Чемоданы, саквояжи, сумки и прочие изделия, тыс.шт.	6327,0	5162,0	4793,0	3258,0	-3069	-48,5
Обувь, тыс.пар	19829,0	21907,0	21541,0	18750,0	-1079	-5,4

Примечание: Составлено и рассчитано по данным официального сайта государственного комитета статистики Украины [2]

** - данные отсутствуют*

Финансовые результаты предприятий легкой промышленности снизились в 2008 г. по сравнению с 2007 г. почти в 2,5 раза, а по сравнению с 2006 г. в 7,6 раз. Основная проблема — тенезация легкой промышленности, выбивающая национального производителя с рынка. В первую очередь необходимо вывести из упрощенной системы налогообложения ввоз и реализацию импортной одежды и обуви. Чтобы не платить налоги в бюджет, секонд-хенд сейчас массово ввозят через религиозные организации, благотворительные фонды. На данный момент нельзя запретить ввоз ношеной одежды, поскольку вступление в ВТО вынуждает соблюдать требования этой торговой организации. Но ввести лицензирование такого экспорта с применением санитарно-эпидемиологических экспертиз просто необходимо.

Тормозит развитие легкой промышленности и отсутствие бюджетных средств на развитие научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работ и на изготовление новой техники. Не способствует развитию отрасли отсутствие привлекательных условий для привлечения инвестиций, ведь износ основных фондов текстильных предприятий составляет свыше 70%. А сумма инвестиций в отрасль по сравнению с объемами инвестиций в экономику государства — лишь 0,8%. Поэтому легкая промышленность остается малопривлекательной отраслью [3].

В 2009 году в целом по легкой промышленности объем производства по отношению к 2008 году снизился на 25,9%, в том числе на предприятиях текстильной

промисловості — на 27,4%, підприємствах по виробництву одягу, меха і одягу з меха — на 28,6%, підприємствах по виробництву виробів з шкіри — на 16%.

В 2009 році порівняно з 2007 роком спостерігається значне зменшення обсягів випуску основних видів продукції легкої промисловості. Так, наприклад, зменшення випуску взуття становило 14,4% (3157 тис.пар), тканини 12,6% (12873 м²), постільного білизни 6% (539 тис.шт.), верхньої одягу 63,3% (10546 тис.шт.), чоловічих і жіночих костюмів 37,5% (453 тис.шт.). Основною причиною такого зменшення обсягів випуску продукції легкої промисловості є той факт, що в 2009 році прийшов пік фінансово-економічного кризи в Україні, що позбавило підприємства засобів на підтримку своєї діяльності і знизило купівельну спроможність споживачів.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день легка промисловість України знаходиться в дуже складному положенні, тому необхідно приймати екстремальні заходи по її відновленню. В кожному регіоні України достатньо висококваліфікованих кадрів, які можуть забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної продукції (текстильної, взуттєвої і іншої). Треба модернізувати легку промисловість, зменшити податковий навантажувач, спростити митні процедури для підприємств, використовуючих в виробництві давальницьке сировину високої якості.

Бібліографічний список

1. Промисловість України з 2006 по 2009 роки. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: ukrstat.gov.ua/control/uk/localfiles/display/druk/soc_ek/2009/publ122009_u.html.
2. Якель Р. Тяжелые «пассивы» легкой промышленности. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://legprom.info/ru/publication/detail103.html>.
3. Будущее за модернизированной легкой промышленностью. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://legprom.info/ru/publication/detail59.html>.

ФРАНЧУК Є.О., ст. гр. 58, магістр.
Наук. кер.: Бажан І.І., к.е.н., доцент.
Бердянський університет менеджменту і бізнесу,
м. Бердянськ

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ МЕТОДИ ТА ПОКАЗНИКИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В статті визначені методи, прийоми і показники до комплексного аналізу господарської діяльності підприємств.

Актуальність. В сучасних умовах забезпечення ефективного функціонування підприємств потребує економічно грамотного управління їхньою діяльністю, яке багато в чому визначається умінням її аналізувати. Знаючи техніку і технологію аналізу, можна легко адаптуватися до змін ринкової ситуації, правильно приймати управлінські рішення, досліджувати фактори змін результатів діяльності, виявляти резерви підвищення ефективності виробництва та розробляти економічну стратегію розвитку підприємств.

Ціль дослідження: дослідити основні методи, прийоми та показники оцінювання господарської діяльності підприємств, визначити їх переваги та недоліки.

Основна частина. Для вивчення і дослідження результатів та стану господарської діяльності існує чимало методів економічного аналізу.

Так на думку Є.В. Мних [1, с. 63], метод економічного аналізу — науковий спосіб вивчення, становлення та розвитку господарських явищ і процесів.