

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. м<sup>2</sup>).

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. м<sup>2</sup>. 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. м<sup>2</sup>). Значительный рост объемов производства продукции легкой промышленности наблюдается также в выпуске трикотажных полотен, нижнего и постельного белья, что составляет соответственно 61,5% (1138,5 м<sup>2</sup>), 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. м<sup>2</sup>), 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 <sup>2</sup> , 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 <sup>2</sup>	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), тканин 12,6% (12873 м<sup>2</sup>), 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 податкове навантаження, спростити митні процедури для підприємств, які використовують 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](http://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.