

„старіння” знань, вуз повинен шукати нові способи функціонування та інноваційні форми організації навчання на основі створення освітньо-науково-виробничого кластеру, що дозволить [6]:

- підвищити конкурентоспроможність усіх учасників цього об’єднання за рахунок впровадження нових технологій;
- знизити витрати і підвищити якість відповідних послуг;
- здійснити перехід на якісно новий рівень впровадження інноваційних освітніх та наукоємних технологій;
- розробити методику комплексної підготовки фахівців, що володіють професійними компетенціями та здатними привносити інновації в діяльність комерційних і державних організацій регіонального та муніципального рівнів;
- оптимізувати зростання витрат при підготовці фахівців з компетенціями, що відповідають сучасним вимогам;
- розширити середовище відтворення знань, інтелектуальної власності та ефективно залучати їх до господарського обороту.

Необхідним є формування нових організаційних освітніх структур у професійній освіті, що сприятимуть комплексній реалізації цільової установки на підвищення якості підготовки працівників. Як один із практичних заходів у даному напрямку можна розглядати перегляд освітньої парадигми „освіта на все життя” на парадигму „освіта через усе життя”, що вводить компетентнісну модель підготовки спеціаліста та організацію інноваційної освіти і є джерелом побудови освітнього стандарту, який служитиме засобом здійснення принципів державної політики, інструментом програмування необхідного рівня вищої освіти і, відповідно, забезпечуватиме інноваційний розвиток економіки.

Вирішення окреслених проблем вимагає подальших досліджень стану і механізмів регулювання національної вищої школи в напрямі її реформування та підвищення внутрішньосистемної ефективності функціонування в умовах соціально-економічних трансформацій та побудови інноваційного суспільства.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.meduniv.lviv.ua/files/info/nats\\_strategia.pdf](http://www.meduniv.lviv.ua/files/info/nats_strategia.pdf)
2. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры [Электронный ресурс] - Режим доступа : [www.e-joe.ru/sod/99/4\\_99/st180.html](http://www.e-joe.ru/sod/99/4_99/st180.html)-Кеш
3. Подольська С. А. Освіта в контексті глобалізації: напрямки та механізми реалізації реформ в Україні / Подольська С. А. // Вища школа. – 2007. – № 1. – С. 48–56.
4. Гузар У. С. Економіка знань та її перспективи для України / У. С. Гузар // Регіональна економіка. - 2009. - N 1. - с. 27-36.
5. Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/n0001100-02>
6. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів від 17 лютого 2009 р. № 965-VI. [Електронний ресурс]- Режим доступу : [http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art\\_id=47920&cat\\_id=46017&showHidden=1](http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920&cat_id=46017&showHidden=1)
7. Андрущенко В. Інноваційний розвиток освіти в стратегії „українського прориву” / В.Андрущенко // Вища освіта України. – 2008. – № 2. – С. 10–18.

УДК 330.123.4:339.13.012.1

#### ДОСЛІДЖЕННЯ КОН’ЮНКТУРИ РИНКУ ТОВАРІВ ТРИВАЛОГО КОРИСТУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ХОЛОДИЛЬНИКІВ

Письменний О.А., к.е.н., доц. ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

**Письменний О.А.** Дослідження кон’юнктури ринку товарів тривалого користування на прикладі ринку холодильників.

В статті досліджено кон’юнктуру ринку товарів тривалого користування на прикладі ринку побутових холодильників України та визначено фактори, що впливають на його розвиток. На основі експертного методу визначено обсяги продажів побутових холодильників у натуральному виразі. Виділено основні етапи трансформації ринку холодильників, починаючи з 1990 р. Проаналізовано динаміку структури ринку холодильників за типами холодильників, за віком та терміном експлуатації. Наведена структура ринку товарів тривалого користування у вартісному виразі. Проаналізована динаміка цін на вітчизняні та імпортовані холодильники, на основі якого доведено, що ринок трансформувалася шляхом зміну структури споживання у напрямку заміщення дешевих моделей дорожчими холодильниками імпортного виробництва. Зазначені особливості трансформації ринку товарів тривалого користування дозволяють оцінити з одного боку, реальний рівень споживання товарних груп населенням, а з іншого – прогнозувати їх зміну.

**Ключові слова:** кон’юнктура ринку, товари тривалого користування, побутові холодильники, обсяг продажів, структура ринку.

**Письменний А.А.** Исследование конъюнктуры рынка товаров длительного пользования на примере рынка холодильников.

В статье исследована конъюнктура рынка товаров длительного пользования на примере рынка бытовых холодильников Украины и определены факторы, влияющие на его развитие. На основе экспертного метода определены объемы продаж бытовых холодильников в натуральном выражении. Выделены основные этапы трансформации рынка холодильников, начиная с 1990 г. Проанализирована динамика структуры рынка холодильников по типам холодильников, по возрасту и срокам эксплуатации. Приведена структура рынка товаров длительного пользования в стоимостном выражении. Проанализирована динамика цен на отечественные и импортные холодильники, на основе которого доказано, что рынок трансформировался путем изменения структуры потребления в направлении замещения дешевых моделей более дорогими холодильниками импортного производства. Указанные особенности трансформации рынка товаров длительного пользования позволяют оценить с одной стороны, реальный уровень потребления товарных групп населением, а с другой – прогнозировать его изменение.

**Ключевые слова:** конъюнктура рынка, товары длительного пользования, бытовые холодильники, объем продаж, структура рынка.

**Рысменний О.** Market conjuncture research of consumer durables on the example of the market of refrigerators.

In article the market situation of consumer durables on the example of the market of household refrigerators of Ukraine is researched and the factors influencing its development are determined. On the basis of an expert method sales volumes of household refrigerators are determined. The main stages of transformation of the market of refrigerators, since 1990 are allocated. Dynamics of structure of the market of refrigerators on types of refrigerators, on age and useful lives is analyzed. The structure of a market of consumer durables is given in value term. The price performance on domestic and import refrigerators on the basis of which it is proved is analyzed that the market was transformed by change of structure of consumption in the direction of replacement of cheap models with more expensive refrigerators of import production. The specified features of



transformation of a market of consumer durables allow to estimate on the one hand, a real consumption level of commodity groups the population, and with another – to predict its change.

**Keywords:** market conjuncture, consumer durables, household refrigerators, sales volume, market structure.

**Постановка проблеми.** Завдяки настанню економічної кризи та поширенню глобалізаційних процесів у вітчизняній економіці значну частку ринку товарів тривалого користування завоювали світові лідери, що мають великий досвід конкурентної боротьби. При цьому конкурентоспроможність вітчизняних виробників дедалі знижується, тому для підвищення їх конкурентоспроможності необхідним є чітке усвідомлення факторів, що впливають на кон'юнктуру ринку споживчих товарів тривалого користування. Таким чином, дослідження стану і тенденцій розвитку цих ринків, аналіз факторів, що впливають на їх розвиток є актуальними і мають як теоретичне, так і практичне значення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботах низки вітчизняних науковців [1,2,3,4,5,6] виконаний аналіз кон'юнктури окремих ринків товарів тривалого користування. Попри це, внаслідок недостатності і суперечності наявної інформації та фрагментарності існуючих досліджень, не представляється можливим виділити основні тенденції трансформації та закономірності розвитку ринку товарів тривалого користування. Водночас, специфіка споживчих ринків різних типів викликає необхідність детального дослідження ситуацій, що склалися під впливом кризових явищ в економіці України, для подальшого обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

**Формулювання цілей статті.** Метою даної статті є дослідження кон'юнктури ринку товарів тривалого користування на прикладі ринку побутових холодильників України та визначення факторів, що впливають на його розвиток. Дослідження кон'юнктури споживчих ринків товарів тривалого користування дозволить оцінити з одного боку, реальний рівень споживання товарних груп населенням, а з іншого – прогнозувати їх зміну.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження кон'юнктури ринку товарів тривалого користування виконано на прикладі ринку побутових холодильників України завдяки наступним причинам: високої частки продажів холодильників у структурі великої побутової техніки України (більше 35%); високої забезпеченості домогосподарств холодильниками, яка перевищує 100%, що спричинило значне загострення конкуренції на ринку; наявності вітчизняного виробника – АТ «Група «Норд». Слід зазначити, що ринки товарів тривалого користування мають свою специфіку, пов'язану з тим, що динаміка споживання вказаних товарів визначається не тільки зміною рівня доходів населення і динамікою цін, але і ступенем забезпеченості ними домогосподарств в попередньому періоді. Вказана особливість вимагає окремого розгляду рівня продажів і забезпеченості холодильниками в передкризовий період.

При вивченні кон'юнктури ринку, перш за все, необхідно визначити обсяг ринку в натуральному виразі. Проблема полягає в тому, що достовірних даних про обсяг продажів холодильників, починаючи з початку 90-х років, немає. Дані Держстату України фіксують лише частину продажів холодильників (за оцінкою автора, 30–40%) і можуть бути використані тільки для 1991 і 1992 рр., коли більшість торгових підприємств були у власності держави, а постачання імпоротної техніки практично не здійснювалося. Тому можливим варіантом визначення обсягу ринку є оцінка його розміру експертним шляхом. Експертна оцінка, починаючи з 1999 року, виконується, зокрема, журналом «Бізнес», дані якого про рівень продажів холодильників у період з 2000 по 2012 рік наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка обсягу продажів холодильників в 2000-2012 рр., тис. шт.

Джерело даних	Рік													Посилан-ня
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
За даними Держстату	78	107	139	160	246	354	473	653	628	326	536	507	-	[9,10,11, 12]
За даними журналу «Бізнес»	250-260	340-350	410-420	550-625	770-780	975	1210	1400	1500	-	-	-	-	[2,3,4,5,6]
За оцінкою автора	229	329	500	565	689	975	1210	1400	1500	600	770	850	880	

З метою визначення стану та особливостей розвитку ринку холодильників у період трансформації економіки України виконано аналіз ринку у період з 1955 по 2012 рік. Динаміка продажів і забезпеченості домогосподарств побутовими холодильниками наведена на рис. 1 [9–20]. Дані про кількість холодильників у домогосподарствах розраховані, виходячи з рівня забезпеченості і кількості домогосподарств у відповідному періоді.

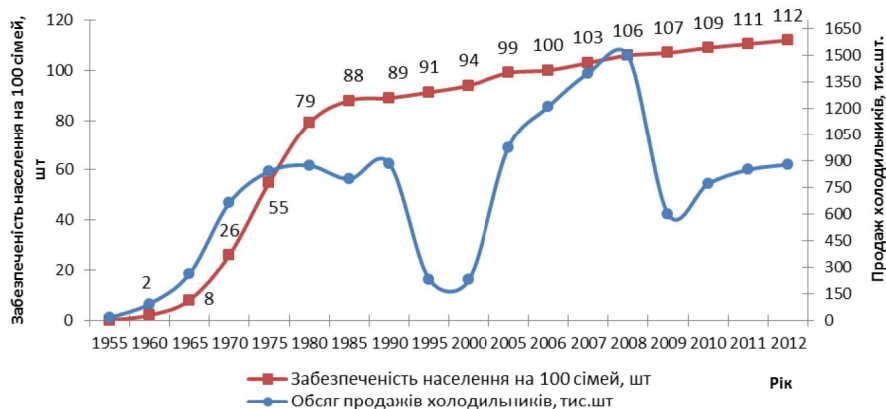


Рис. 1. Динаміка забезпеченості й обсягу продажів холодильників у 1955-2012 рр.

Період набуття Україною незалежності з початку 1991 року характеризувався трансформацією всіх ринків, обумовленою економічними і соціальними процесами, що відбувалися в державі. Динаміка ринку холодильників в значній мірі визначалася динамікою економіки в цілому і пов'язаним з цією зміною рівня доходів населення. Відповідно в динаміці ринку холодильників в цей період можна виділити три етапи:



1. Етап скорочення ринку (1991-1996 рр.). Обумовлений спадом економіки, при цьому обсяг ринку в натуральному виразі скоротився з 887 тис. шт. до 200 тис. шт. на рік.
2. Етап стагнації ринку (1996-1999 рр.). Обсяг продажів залишався на незмінно низькому рівні – близько 200 тис. шт. на рік.
3. Етап зростання ринку (1999-2008 рр.). Обумовлений зростанням економіки і збільшенням платоспроможного попиту населення. У 2000-2008 рр. відбулося збільшення обсягу продажів холодильників з 200 до 1500 тис. шт. на рік.
4. Етап спаду ринку (кінець 2008-2009 рр.). Даний етап характеризується значним падінням обсягу ринку завдяки різкому знеціненню національної валюти у період настання кризових явищ в економіці України у 2009 р., що відповідно значно знизило купівельну спроможність домогосподарств.
5. Етап відновлення ринку (з 2010 р. і по теперішній час). У 2010 р. ринок почав поступове відновлення до рівня споживання 1990 року.

Разом з кількісною зміною відбувалася зміна структури споживчого ринку. У період з 1991-1994 рр. практично весь ринок формувється за рахунок вітчизняних холодильників. Починаючи з 1995 р. спостерігаються систематичні постачання імпортних холодильників, спочатку з європейських країн, потім з країн СНД і, нарешті, з Кореї. Частка імпортних холодильників поступово зростає, але потім різко знижується в 1998 році внаслідок обвалу національної валюти. У 1999 р. частка імпортних холодильників (включаючи виробництво країн СНД і країн Балтії) складає 38%, а в 2012 році – 95% ринку.

Висока частка імпорту холодильників (в т.ч. з далекого зарубіжжя) забезпечує виключно широкий асортимент продукції, появу на ринку нових товарних груп: no frost, comby, top-mount, side by side, включаючи техніку елітних виробників. Разом з тим, поява на ринку холодильників вищого цінового рівня практично не приводить до зміни реальної ціни одиниці холодильного устаткування в порівнянні з 1990 роком.

У 2012 р. найактивніше на ринку холодильників продовжує розвиватись сегмент приладів з нижньою морозильною камерою (comby) - 73% всіх продажів на ринку. Відбулось це за рахунок сегментів з верхнім розташуванням морозильної камери (17%). Для решти видів холодильників попит залишається стабільним протягом тривалого періоду: 4% припадає на холодильники side by side, 4,5% – на однодверні холодильники та 1,5% займає обладнання з кількістю дверей більшою, ніж 3 [21].

У 2012 р. з незначними коливаннями спостерігається рівновага між попитом на холодильники з крапельною системою охолодження та системою no frost. Як для холодильників з нижнім розташуванням морозильної камери, так і з верхнім таке співвідношення дещо зміщене в бік крапельного охолодження, на яке припадає по 52% в кожній з цих категорій [21].

Ще однією характерною особливістю на ринку холодильників є покращення ефективності енергоспоживання куплених приладів. Хоча більшість проданих холодильників (59%) мають клас енергоефективності А, проте в останньому кварталі зафіксовано суттєве зміщення в класи з кращою енергоефективністю. За рік з 17% ринку холодильників до 19% збільшилась частка класу енергоефективності А+ за рахунок зменшення сегменту з ефективністю В. Помітними в останньому періоді стали продажі з класом енергоефективності А++, за яким закріпився 1% ринку холодильників [21].

Наступним етапом аналізу кон'юнктури стало дослідження динаміки парку холодильників, його структури за віком і терміном служби. Динаміка забезпеченості домогосподарств побутовими холодильниками в період з 1991 по 2012 рр. наведена в табл. 2. При цьому дані офіційної статистики про забезпеченість домогосподарств холодильниками були скореговані, тому що вони розраховувалися виходячи з нормативного терміну служби холодильника, а в дійсності відбувалося подовження цього терміну.

Таблиця 2

**Наявність холодильників у домогосподарств**

Рік	Продаж холодильників і морозильників, тис. шт.	Забезпеченість населення на 100 сімей*, шт.	Наявність холодильників у домогосподарств, тис. шт.	Кількість агрегатів при нормальному вибутті**, тис. шт.	Відкладений попит, тис. шт.
1990	887	89	15670	15670	0,0
1995	231	91	16429	13496	2933,4
2000	229	94	16661	10327	6334,5
2005	975	99	17820	9166	8634,6
2006	1210	100	18000	9533	8390,3
2007	1400	103	18540	10089	8292,4
2008	1500	106	19080	10745	8049,1
2009	600	107	19260	10502	8517,4
2010	770	109	19620	10428	8846,8
2011	850	110,5	19890	10434	9034,9
2012	880	112	20160	10471	9304,1

\* – забезпеченість із 1991 по 1999 р. скоректована;

\*\* – кількість холодильників за умови нормального вибуття в розмірі 843,7 тис. шт. у рік.

При розрахунку наявності холодильників враховувалася забезпеченість домогосподарств і кількість домогосподарств у відповідному періоді. У період з 1990 по 2012 рр. було продано 13,4 млн. штук холодильників. У той же час за рахунок скорочення купівельної спроможності населення й скорочення обсягу продажів відбувалося збільшення строку служби холодильників і накопичувався незадоволений або відкладений попит. Цим і обумовлена така різниця між кількістю й наявністю холодильників у домогосподарств, що розрахована по забезпеченості. Динаміка відкладеного попиту наведена на рис. 2.

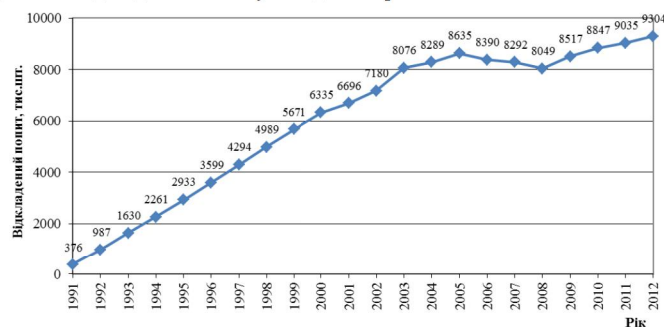


Рис. 2. Зміна обсягу відкладеного попиту на холодильники

Таким чином, парк холодильників повинен був скоротитися до рівня в 10,5 млн. штук, а попри це середній строк служби

холодильника збільшився на 11 років у порівнянні з 1990 р. Відповідно в 2012 р. середній строк служби побутового холодильника склав  $18,1 + 11 = 29,1$  р., що практично у два рази перевищує нормативний термін експлуатації – 15 років. У той же час середній вік холодильника склав 15 років (8,1 – у 1990 р.). Слід зауважити, що починаючи з 2005 р. обсяг відкладеного попиту зменшувався, але з настанням кризових явищ в економіці України у 2009 р. знову відбулося його збільшення. Розподіл парку холодильного устаткування за віком наведений на рис. 3.

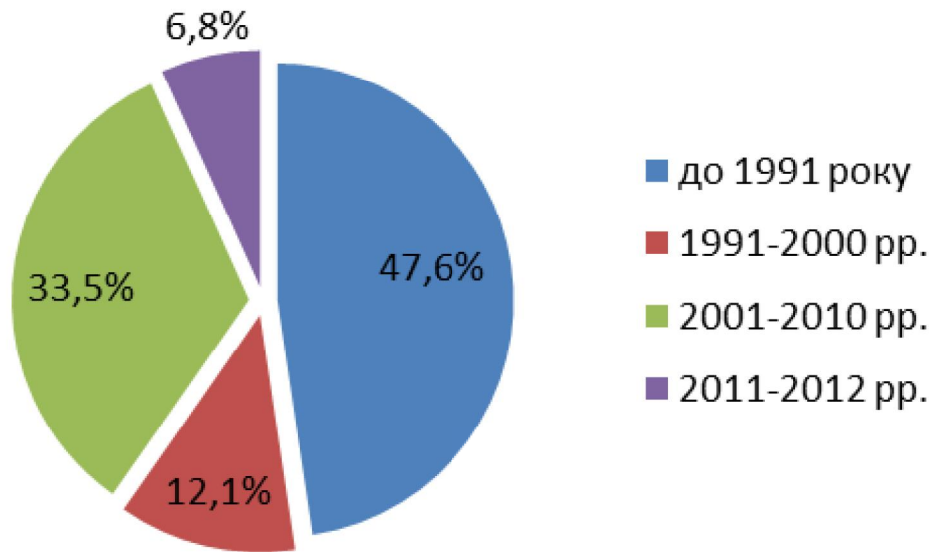


Рис. 3. Структура парку холодильного устаткування за віком

Наведена структура свідчить про те, що майже половина холодильників у парку випущені до 1991 р. Але не зважаючи на велику частку у парку, вона вже значно скоротилася порівняно з початком 2000 рр. і надалі буде поступово знижуватися. На даний час практично всі виробники холодильного устаткування встановили нормативний строк служби холодильників на рівні 10 років, хоча загальноприйнятим нормативом є 15 років. Таку ситуацію можна пояснити тим, що відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів»: «виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити використання продукції за призначенням протягом строку її служби, передбаченого нормативним документом або встановленого їм за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності такого строку – протягом десяти років» [21]. Таким чином, виробники не бажають нести додаткову відповідальність за працездатність холодильника, хоча реальний строк служби становить 15 років, а фактичний – 29,1.

Одним з найважливіших показників кон'юнктури ринку є визначення цінових характеристик ринку та його обсягу у вартісному виразі. Вартісна структура обсягу продажів українського ринку крупної побутової техніки наведена на рис. 4.

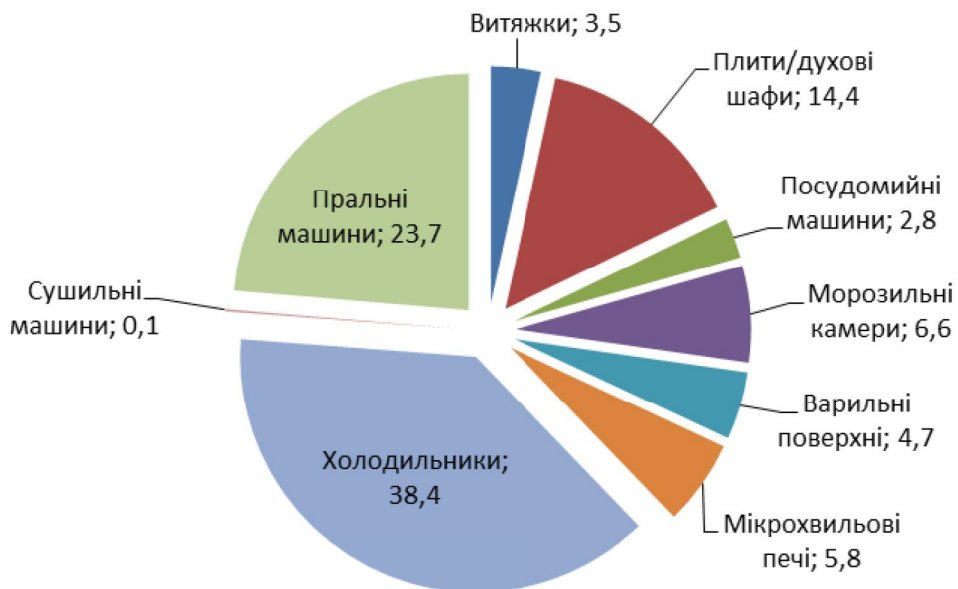


Рис. 4. Вартісна структура обсягу продажів українського ринку крупної побутової техніки у 2011 році, % [21]



Дані про динаміку цін на вітчизняні і імпортні холодильники і динаміку середньорічної ціни на одиницю холодильного устаткування наведені в табл. 3. Вартість вітчизняних холодильників АТ «Норд» у 2004-2012 рр. визначена відповідно з даними роздрібних продавців. За попередні роки середня ціна холодильника АТ «Норд» прийнята відповідно до індексу цін на вітчизняні холодильники [9, с. 79].

Досліджуючи обсяг і динаміку ринку холодильників, представляється необхідним розглянути вплив цінового чинника на формування ринку в трансформаційний період. У 1990 році практично весь ринок був представлений вітчизняними холодильниками, середня ціна за одиницю якого склала 492 крб. Середня ціна холодильників «Норд» в 2012 році склала 2453 грн.: це означає, що середня ціна за одиницю вітчизняного холодильника зросла в 4,99 рази (2453:492). Цей показник істотно нижчий за індекс споживчих цін за цей період – 11,1 разів, що свідчить про істотне зниження реальної ціни за одиницю холодильного устаткування. Незмінна ціна на продукт в умовах гіперінфляції означає, що зростання цін на конкретний продукт відповідає індексу споживчих цін. В цьому випадку зміна номінальної ціни не змінює мінової вартості товару. Таким чином, незмінна ціна на одиницю холодильного устаткування означає, що вартість холодильника у 1990 році в цінах 2012 року повинна скласти:  $492 \cdot 11,1 = 5461$  грн.

Таблиця 3

Показники	Рік												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ціна вітчизняних холодильників («Норд»), грн.	1070	1128	1140	1225	1350	1423	1475	1550	1706	2392	2436	2446	2453
Ціна імпортних холодильників, грн.	2105	2078	2063	2299	2508	2488	2526	2601	2713	4013	4088	4104	4116
Середня ціна на ринку, грн.	1494	1637	1772	1876	2204	2190	2263	2370	2512	3738	3890	3988	4033

Зіставляючи середню ціну одиниці холодильного устаткування в 2012 році (4033 грн.) із розрахунковою незмінною ціною (5461 грн.), можна зробити висновок, що ціна за одиницю холодильного устаткування в даний період знизилася, а істотне реальне зниження ціни на вітчизняні холодильники компенсувалося збільшенням на ринку частки дорогих імпортних холодильників. Слід зазначити, що здешевлення товарів тривалого користування відносно інших товарів є загальносвітовою тенденцією. Тобто індекси цін на товари тривалого користування менші за середній індекс цін на всі товари. Така тенденція стимулює обсяги продажу побутової техніки у натуральному виразі, але зменшує частку витрат на ці товари у сукупному споживанні домогосподарств. Так з 1929 по 2005 рік індекс сукупного росту споживчих цін в економіці США склав 10,2 рази при рості цін на побутову техніку в 3,5 рази [23]. Частка витрат населення на побутову техніку за цей період скоротилася більш ніж в два рази.

Реальне зниження цін на вітчизняні моделі холодильників обумовило дві можливі моделі трансформації ринку:

1. Формування ринку в основному за рахунок вітчизняних холодильників низької вартості і більшої кількості продажів в натуральному виразі.

2. Зміну структури споживання у напрямі заміщення дешевих моделей дорожчими моделями імпортного виробництва.

Аналіз реального стану показує, що трансформація ринку відбувалася за другою моделлю. При цьому заміщення вітчизняних холодильників імпортними особливо активно відбувалося починаючи з 2000 року. Дані про співвідношення продажів холодильників в 2000-2012 рр. наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Холодильни-ки	Рік												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Вітчизняні	59,1	46,4	31,5	34,9	30,9	28,0	25,0	22,0	20,0	17,0	12,0	7,0	5,0
Імпортні	40,9	53,6	68,5	65,1	69,1	72,0	75,0	78,0	80,0	83,0	88,0	93,0	95,0
Обсяг продажів	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таким чином, дія цінового чинника на трансформацію ринку холодильників у 1990-2005 рр. була мінімальною, а динаміка ринку в натуральному і вартісному виразі – еквівалентною. В період 2006-2012 рр. відбувався подальший розвиток ринку та його падіння у період кризових явищ кінця 2008-2009 рр. і відновлення у 2010-2012 рр. Істотне зростання середньої ціни холодильників у 2008-2012 рр. відбулося пропорційно зміні валютного курсу.

Таблиця 5

Показники	Рік												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Середня ціна на ринку, грн.	1494	1637	1772	1876	2204	2190	2263	2370	2512	3738	3890	3988	4033
Обсяг продажів, тис. шт.	229	329	500	565	689	975	1210	1400	1500	600	770	850	880
Обсяг продажів у фактичних цінах, млн. грн.	342	539	887	1060	1518	2135	2738	3318	3768	2243	2995	3390	3549
Обсяг продажів у цінах 2012 року, млн. грн.	729	1047	1592	1797	2190	2923	3617	4170	4301	2407	3098	3398	3549



Визначивши середню ціну холодильника і обсяг продажів холодильників в натуральному виразі, проведемо оцінку ринку холодильників у вартісному виразі, яка наведена у табл. 5. Вартісна оцінка ринку холодильників 1990 р. в цінах 2012 р. складає 436,8\*11,1 ≈ 4850 млн. грн. Таким чином, у вартісному виразі в 2012 році обсяг ринку холодильників склав 73%, а в натуральному виразі – 100% ринку 1990 р. Причому в натуральному виразі ринок холодильників досяг рівня 1990 р. у 2005 р., а у вартісному – в 2008 р., що свідчить про закінчення періоду трансформації ринку холодильників України. У майбутньому відбуватиметься подальше задоволення відкладеного попиту при зростанні доходів домогосподарств та зростанні обсягу ринку у вартісному виразі.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Проведений аналіз динаміки ринку побутових холодильників в трансформаційний період дозволяє зробити ряд висновків. По-перше, у динаміці ринку холодильників в трансформаційний період можна виділити наступні етапи: 1. Етап скорочення ринку (1991-1996 рр.). 2. Етап стагнації ринку (1996-1999 рр.). 3. Етап зростання ринку (1999-2008 рр.). 4. Етап спаду ринку (кінець 2008-2009 рр.) 5. Етап відновлення ринку (з 2010 р. і по теперішній час). По-друге, холодильники, як і інші товари довготривалого користування, є високо еластичними товарами. При зниженні ВВП в період 1990 – 1996 рр. на 40% обсяг продажів холодильників скоротився на 77%. По-третє, структура продажів холодильників за останній період зазнала істотних змін. Якщо в 1990 р. практично весь ринок складали вітчизняні холодильники, то в 2012 р. 95% ринку складали імпортні моделі. По-четверте, в натуральному виразі ринок холодильників досяг рівня 1990 р. у 2005 р., а у вартісному – в 2008 р., що свідчить про закінчення періоду трансформації ринку холодильників України. Отримані результати дозволять прогнозувати зміну ринків товарів довготривалого користування в період зростання економіки України, що і знайде своє відображення в подальших дослідженнях.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Азарян Е.М. Потребительский рынок: становление и развитие / Е.М. Азарян / НАН Украины; Институт экономики промышленности. – Донецк, 2002. – 304с.
2. Воловецкая А. Миграция холода / А. Воловецкая // Бизнес. – 2005. – №24. – С. 110-113.
3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: [учебное пособие] / П. С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 496 с.
4. Захаренков Н. Торговый обзор: Холодильное лето '2001 / Н. Захаренков // Бизнес. – 2001. – №25. – С. 55-58.
5. Ландик В. И. Это Украина хочет в Европу, мы-то уже давно там / В. И. Ландик // Бизнес. – 2005. – №36. – С. 90-93.
6. Цыганок А. Годовой торговый обзор: Холодильное лето '2003 / А. Цыганок // Бизнес. – 2003. – №25. – С. 112-119.
7. Статистичний щорічник України за 1999 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка; Відп. за вип. В. А. Головко. – К.: Техніка, 2000. – 648 с.
8. Статистичний щорічник України за 2000 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка; Відп. за вип. В. А. Головко. – К.: Техніка, 2001. – 598 с.
9. Статистичний щорічник України за 2004 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка; Відп. за вип. В. А. Головко. – К.: Консультант, 2005. – 591 с.
10. Статистичний щорічник України за 2006 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. П.П. Забродський. – К.: Консультант, 2007. – 584 с.
11. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. Н.П. Павленко. - К.: Консультант, 2010. – 567 с.
12. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. Н.П. Павленко. - К.: ТОВ «Август Трейд», 2012. – 559 с.
13. Народное хозяйство Украины в 1991 році: Стат. щорічник / Міністерство статистики України; Відп. за вип. В. В. Самченко. – К.: Техніка, 1992. – 468 с.
14. Народное хозяйство СССР в 1985 году: Статистический ежегодник / ЦСУ СССР. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 655 с.
15. Народное хозяйство Украинской ССР в 1980 году: Статистический ежегодник / Отв. за вып. Б. А. Сивко. – К.: Техніка, 1981. – 384 с.
16. Народное хозяйство Украинской ССР в 1984 году: Статистический ежегодник / Отв. за вып. Б. А. Сивко. – К.: Техніка, 1985. – 407 с.
17. Народное хозяйство Украинской ССР в 1988 году: Статистический ежегодник / Госкомстат УССР; Отв. за вып. В. В. Самченко. – К.: Техніка, 1989. – 471 с.
18. Народное хозяйство Украинской ССР в 1989 году: Статистический ежегодник / Госкомстат УССР; Отв. за вып. В. В. Самченко. – К.: Техніка, 1990. – 463 с.
19. Народное хозяйство Украинской ССР: Статистический ежегодник: К 60-летию образования СССР / Отв. за вып. Б. А.Сивко. – К.: Техніка, 1982. – 383 с.
20. Народное хозяйство Украинской ССР: Юбилейный стат. ежегодник. – К.: Техніка, 1977. – 465 с.
21. GfK Ukraine, GfK Group [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://www.gfk.ua/> . – Назва з екрану.
22. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ // Відомості Верховної Ради УРСР від 23.07.1991. – 1991. – № 30. – ст. 379 [із змінами станом на 01.10.2013 р.]
23. U.S. Department of Commerce. Bureau of Economic Analysis/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bea.gov/bea/dn/nipaweb/> . – Назва з екрану.

УДК 330.322

#### КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРМ І ВИДІВ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

**Плаксіна Є.М.**, аспірант кафедри економіки підприємства Запорізької державної інженерної академії (Україна)

##### **Плаксіна Є.М. Класифікація форм і видів інвестицій та їх особливості.**

В роботі розглянуто підходи до класифікації інвестицій. Виявлено особливості різноманітних видів інвестицій та їх класифікацію, які мають важливе теоретичне і практичне значення, оскільки сприяють впорядкування інвестиційних відносин. Проаналізовано окремі види інвестицій підприємства відповідно до приведеної їх класифікації, а саме. Виявлено та обґрунтовано ряд особливостей реальних інвестицій, які в сучасних умовах є єдиним напрямком для інвестиційної діяльності на підприємствах. Особливу увагу приділено формам і видам інвестицій, які класифікуються за ознаками, які відображають подальшу деталізацію основних форм інвестицій. Стаття підводить деякі підсумки вивчення основних критеріїв класифікації інвестицій. Автором запропоновано доповнення до класифікації інвестицій за додатковими ознаками, що у достатній мірі систематизує основні їх види.

**Ключові слова:** реальні інвестиції, реноваційні інвестиції, інвестиції в людський капітал, прями та не прями інвестиції.

**Плаксіна Е.Н. Классификация форм и видов инвестиций и их особенности.**