

Дніпропетровський національний університет

Економіка: проблеми теорії та практики

Збірник наукових праць

Випуск 264

Том III

ДНУ
Дніпропетровськ
2010

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

Друкується відповідно до постанови Вченої Ради
Дніпропетровського національного університету

Головний редактор:

д-р екон. наук, проф. *Анатолій Антонович Покотілов*

Редакційна колегія:

д-р фіз.-мат. наук *С. О. Смірнов*, д-р екон. наук *В. А. Ткаченко*,
д-р техн. наук *О. М. Марюта*, д-р екон. наук *Л. В. Попкова*,
д-р екон. наук *О. В. Ковальов*, д-р екон. наук *Я. І. Берсуцький*,
д-р техн. наук *Ю. Д. Морозов*, д-р екон. наук *Г. О. Крамаренко*,
д-р екон. наук *О. С. Галушко*, д-р техн. наук *Р. Б. Тян*, д-р екон. наук *В. В. Дорофієнко*,
д-р екон. наук *О. Й. Шевцова*, д-р наук з державного управління *М. Х. Корецький*

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Дніпропетровського національного університету: *Л. Л. Сазонець*;
д-р екон. наук, проф. Дніпропетровської державної медичної академії: *А. В. Батура*

Е 45 Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. –
Випуск 264: В 9 т. – Т. III. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – 312 с.

ISBN 978-966-8736-05-6

У збірнику аналізуються актуальні проблеми економіки.
Для студентів, аспірантів та викладачів вузів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив авторів, 2010

Д.є.н. Соколова Л. В.

Харківський національний університет радіоелектроніки

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

Розробка науково-практичних підходів щодо дослідження кон'юнктури ринку нерухомості є актуальною задачею на сьогоднішній день. Для забезпечення конкурентних переваг на ринку агентства нерухомості повинні навчатися проводити маркетингові дослідження, що сприятиме підвищенню керуваності й ефективності процесів просування і продажу об'єктів нерухомості.

РИНОК НЕРУХОМОСТІ, МАРКЕТИНГ, КОН'ЮНКТУРА РИНКУ, КОНКУРЕНЦІЯ, МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ, ПОПИТ, АЛГОРИТМ.

I. Вступ.

Операції з нерухомістю є важливим сектором та галуззю економіки України. Сьогодні гостро стоїть проблема дослідження кон'юнктури ринку нерухомості, прийняття рішень щодо проведення операцій на ньому, управління ринковою діяльністю [1,2]. Поява на ринку нерухомості нових учасників обумовлює високу конкуренцію, а за таких умов усі суб'єкти ринку нерухомості повинні шукати нові форми роботи з клієнтами.

Яскраво виражена тенденція до алгоритмізації та оптимізації роботи агентств нерухомості визначає необхідність у проведенні досліджень кон'юнктури ринку нерухомості (КРН), що сприятиме стабільності отримання доходів, націленості на довгострокову ринкову діяльність, зростання обсягу операцій з купівлі продажу об'єктів нерухомості. Для ефективної роботи на КРН необхідно використовувати як прогресивні підходи до організації управління діяльністю суб'єктів ринку нерухомості, які враховували би специфіку нерухомості як специфічного товару, так і застосовувати сучасні методи й інструменти дослідження ринку нерухомості та роботи з клієнтами [3].

Наукові розробки в цьому напрямку здійснювали вітчизняні та зарубіжні учені, зокрема: Асаул А. Н., Гриценко Е. А., Максимов С. Н., Моченков А. Н., Темпан Л. Н., Ордуей Н., Фридман Дж. та багато інших [4-10]. Проте на сьогодні відсутні наукові дослідження, у яких комплексно розглядались би ці складні проблеми. Не розроблені науково-практичні рекомендації щодо ефективного дослідження ринку агентствами нерухомості. Подальшого вивчення набувають питання побудови математичних моделей оцінювання вартості об'єктів нерухомості з необхідним рівнем достовірності, прогнозування зміни цін, визначення рівня конкуренції на ринку. Тому розробка науково-практичних підходів щодо дослідження кон'юнктури ринку нерухомості є актуальною задачею на сьогоднішній день.

Метою роботи є розвиток методологічних та науково-практичних положень щодо дослідження кон'юнктури ринку нерухомості й розробка методичних рекомендацій вивчення попиту, пропозиції, конкуренції та динаміки цін на об'єкти нерухомості.

II. Постановка задачі.

Для забезпечення конкурентних переваг на РН агентства нерухомості повинні постійно проводити маркетингові дослідження. Маркетинг РН є комплексною системою дослідження ринку та ринкових процесів, яка націлена на підвищення керуваності й ефективності процесів просування і продажу об'єктів нерухомості [8, с. 8]. Першочерговим завданням дослідження РН є вивчення кон'юнктури – аналіз поточного стану ринку як у цілому, так і окремих сегментів його сегментів з точки зору таких елементів, як попит, пропозиція, ціна і конкуренція. Чим стабільніше кон'юнктура РН, а, відповідно, і стабільніше попит на об'єкти нерухомості, тим вище і безпечніше стає використання ринкового капіталу. Науково-практичні підходи щодо дослідження кон'юнктури РН містять цілі, напрями та методи проведення досліджень, а також методи збирання необхідної маркетингової інформації. Цілями дослідження кон'юнктури РН є такі: аналіз можливостей розвитку ринку, оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища, діагностика поточного стану РН, аналіз перспектив зміни смислів ринку, моніторинг стану кон'юнктури РН. Напрями проведення дослідження кон'юнктури РН є конкуренція, попит, пропозиція, ціни. До методів дослідження кон'юнктури ринку нерухомості відносять такі, як: за напрямом «конкуренція» – «радар» конкурентоспроможності, індекс Харфіндела-Хіршмана, коефіцієнт концентрації, інтегральна оцінка конкурентоспроможності [11, 12]; за напрямом «пропозиція» – аналіз часу пропозиції, дослідження динаміки цін, аналіз статистичних даних агентств нерухомості, аналіз кількості оголошень, наданих за певний термін часу [4, 6, 7, 11]; за напрямом «ціна» – аналітичне вирівнювання динамічного ряду, крос-кореляції, регресійний аналіз, прості угруповання, ретроспективний аналіз динаміки цін на об'єкти нерухомості [3, 11, 7, 13]; за напрямом «попит» – аналіз статистичних даних щодо відвідувань сайтів агентств нерухомості, дослідження динаміки цін, прогнозування попиту через ціну послуг [3, 11, 13].

III. Результати.

Дослідити попит (D) на об'єкти нерухомості на окремих сегментах ринку нерухомості можливо за авторською формулою:

$$D = \gamma \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m KBC_{ij}, \quad (1)$$

де KBC_{ij} – кількість відвідувань сайту j -го агентства нерухомості щодо інформації за i -им сегментом ринку нерухомості; $i=(1,n)$; $j=(1,m)$; n – кількість сегментів на ринку нерухомості; m – кількість агентств нерухомості, які надають інформацію; γ – експертна оцінка взаємозалежності між кількістю відвідувань сайту та кількістю складених угод.

До методів збирання інформації віднесено: вивчення реклами конкурентів та періодичних рекламних видань; бесіди з клієнтами та консультантами; вивчення прайс-листів конкурентів; аналітичний огляд спеціальних книг і журналів; вивчення статистичної інформації, даних агентств нерухомості та асоціацій РН, анкетування потенційних клієнтів; бесіди з ключовими гравцями РН.

Завданням кон'юнктурних досліджень РН є визначення міри дії окремих чинників ринку на формування кон'юнктури в певний момент часу. Виділяються три рівні дослідження кон'юнктури РН: загальногосподарський, галузевий та рівень конкретного об'єкту нерухомості. Принциповою особливістю маркетингового дослідження кон'юнктури ринку нерухомості, що відрізняє його від аналізу внутрішньої і зовнішньої поточної інформації, є його спрямованість на вирішення певної проблеми або комплексу проблем суб'єкта РН. До основних принципів проведення маркетингових досліджень кон'юнктури ринку нерухомості відносяться такі: принцип об'єктивності, означає необхідність урахування всіх чинників та неприпустимість прийняття певної точки зору до завершення аналізу всієї зібраної інформації; принцип повноти, тобто пояснення і прогнозування, що вивчають ринкові явища і процеси на основі наукових положень і об'єктивно отримані дані, а також виявлення закономірностей розвитку цих явищ і процесів; принцип системності, означає розділення окремих структурних елементів, що становлять явище, виявлення їх тісної зв'язку та взаємопідпорядкованості; принцип комплексності, вивчення явищ і процесів у всій їхній повноті, взаємозв'язку та розвитку; принцип достовірності полягає в отриманні адекватних даних за рахунок забезпечення надійних принципів їх збору та обробки, виключення тенденцій в оцінках, ретельний контроль, використання ЕОМ та створених наукою інструментів дослідження; принцип ефективності, досягнення обраних цілей, порівнювання результатів витратами.

При вивченні кон'юнктури ринку нерухомості необхідно обирати та аналізувати показники, які можуть дати кількісну оцінку різним змінам, які відбуваються на ринку нерухомості.

Кількісний стан кон'юнктури ринку нерухомості оцінюється за допомогою: показників сфери послуг (абсолютні показники наданих послуг по сегментах РН (натуральні та вартісні)), відносних показників (індекси, темпи зростання); непрямих показників (обсяг відвідувань сайтів, обсяг укладених угод); показників попиту (місткість ринку, частка ринку, насиченість ринку, рівень платоспроможного попиту, ринковий потенціал); цін (абсолютні, відносні).

При вивченні кон'юнктури ринку необхідно проводити систематичні спостереження за всіма економічними показниками, зміна яких показує зміну співвідношенні попиту і пропозиції, а також дозволяє аналізувати причини змін. Після обробки отриманої інформації складається аналітичний документ, який називається кон'юнктурним оглядом.

У процесі кон'юнктурних досліджень визначаються напрям і сила впливу кон'юнктурутворювальних факторів на об'єкти ринку нерухомості на основі вивчення динаміки показників кон'юнктури, які можна поділити на чотири групи показників, які характеризують пропозицію на ринку нерухомості; показники попиту на об'єкти нерухомості; показники динаміки цін; показники, що характеризують конкуренцію між суб'єктами ринку нерухомості. Методи дослідження кон'юнктури ринку нерухомості розробляються/обираються на основі показників, які можуть допомогти у визначенні напрямку його розвитку в майбутньому: проводиться оцінка співвідношення пропозиції і попиту за необхідний відрізок часу, вивчається стан конкуренції на ринку, аналізуються коливання цін на об'єкти нерухомості.

Комплексний підхід щодо дослідження кон'юнктури ринку нерухомості передбачає: різні прояви об'єкту дослідження; використання різних, взаємодоповнюваних джерел інформації; поєднання ретроспективного аналізу об'ємів операцій з продажу із прогнозом покупок або орендарів об'єктів нерухомості; застосування сукупності різних методів аналізу і прогнозування. Аналіз конкурентного середовища допомагає визначити основних конкурентів серед тих, що діють на ринку, передбачуваних покупців і орендарів, потенційних учасників ринку, а також виділити конкурентні переваги, які повинен мати об'єкт нерухомості, щоб бути ринково привабливим для потенційного клієнта. Тенденції попиту і пропозиції на ринку нерухомості визначаються значною мірою демографічною ситуацією, міграцією населення, загальним підприємницьким кліматом, рівнем ставок оподаткування, тривалістю процедур операцій та іншими чинниками, які не можна не враховувати їх при проведенні відповідних розрахунків не можна. Взаємодія цих чинників визначає ставку доходу від операцій в об'єкти нерухомості. Необхідним є виявлення ринкової ніші, тобто визначення незадоволеної потреби клієнтів, оскільки якісне дослідження кон'юнктури ринку повинно враховувати всі побажання, які існують на ринку нерухомості, щоб запропонувати потенційному клієнту такий об'єкт нерухомості, який задовольнить його потреби. Оцінюється потенційний попит і майбутній перспективні місяці розташування майбутнього об'єкту нерухомості. Важливою характеристикою кон'юнктури ринку нерухомості є міра збалансованості попиту і пропозиції. Вона виявляється в поведінці цін. Ця оцінка дозволяє визначати тип кон'юнктури ринку нерухомості: сприятливий або несприятливий. При сприятливій кон'юктурі досягається збалансованість попиту і пропозиції, ціни стримуються на стабільному рівні. При несприятливій кон'юктурі попит відстає від пропозиції, що приводить до падіння обсягів купівельного попиту об'єктів нерухомості.

Для практичної реалізації дослідження кон'юнктури РН необхідно виконати певну сукупність заходів, упорядкованих за часом і простором. Це обумовлено необхідністю розробки науково-методичних рекомендацій, у яких містяться технології виконання етапів щодо проведення дослідження кон'юнктури ринку нерухомості.

Зручним засобом відображення цієї послідовності дій є схема алгоритму, графічне зображення якої наведено на рисунку 1. Схема алгоритму – це послідовність блоків, в яких описуються виконання визначених операцій і зв'язи між цими блоками.

Початковим етапом розробки алгоритму є постановка завдання (блок 1). У блоці 2 передбачено збір вхідних даних у складі: географія ринку нерухомості, сегмент ринку, на якому проводять дослідження кон'юнктури; період дослідження; фактори, які найбільш впливають на розвиток ринку нерухомості; релік АН (агентств нерухомості), які працюють на ринку; частки ринку найкращіших АН; кількість угод, укладених за період дослідження; вартість послуг, які надають АН; кількість мешканців регіону, де проводять дослідження кон'юнктури ринку нерухомості; динаміка цін на об'єкти нерухомості за обраний період та ін. Введення вхідних даних відбувається у блоці 3. У блоці 4 здійснюється перевірка якості даних. Інформація, яка була надана для проведення дослідження, повинна відповідати певним вимогам. За умови недостовірності даних, необхідно повернутися до блоку 2. Якщо дані є достовірними, актуальними, повними, мають необхідний об'єм і форму представлення, то відбувається перехід до наступного блоку 5, у якому здійснюється вибір напрямку дослідження в залежності від поставлених завдань дослідження (блок 6), далі необхідно обрати відповідний метод дослідження кон'юнктури (блок 10). Серед існуючих багатьох методів дослідження кон'юнктури обираємо такі: індекс Харфіна, Хіршмана, показник концентрації на ринку нерухомості, «радар» конкурентоспроможності та інтегральний показник конкурентоспроможності агентства нерухомості. За умови обрання напрямку дослідження кон'юнктури ринку нерухомості «ціна» (блок 7), у блоці 11 передбачається вибір методу дослідження ціни. До таких методів відносяться: вивчення динаміки цін на об'єкти нерухомості за попередні періоди, регресійний аналіз, аналітичне вирівнювання динаміки ціни, методи крос-табуляції та простих угруповань. Одним із напрямів дослідження кон'юнктури ринку нерухомості є дослідження попиту, що передбачено у блоці 8.

Методами оцінювання попиту на ринку нерухомості є такі: аналіз статистичних даних відвідувань сайтів агентств нерухомості, оцінка попиту через обсяг послуг, ретроспективний аналіз динаміки цін на об'єкти нерухомості. Після необхідного методу дослідження попиту на ринку нерухомості реалізується у блоці 12. Ще одним напрямом дослідження кон'юнктури ринку нерухомості є аналіз пропозицій (блок 9).

Вибір методу дослідження пропозиції відбувається у блоці 13. Методами вивчення пропозиції на ринку нерухомості є: метод дослідження часу експозиції, метод дослідження динаміки цін на об'єкти нерухомості, аналіз статистичних даних відвідувань сайтів агентств нерухомості, аналіз кількості оголошень наданих за обраний термін часу.

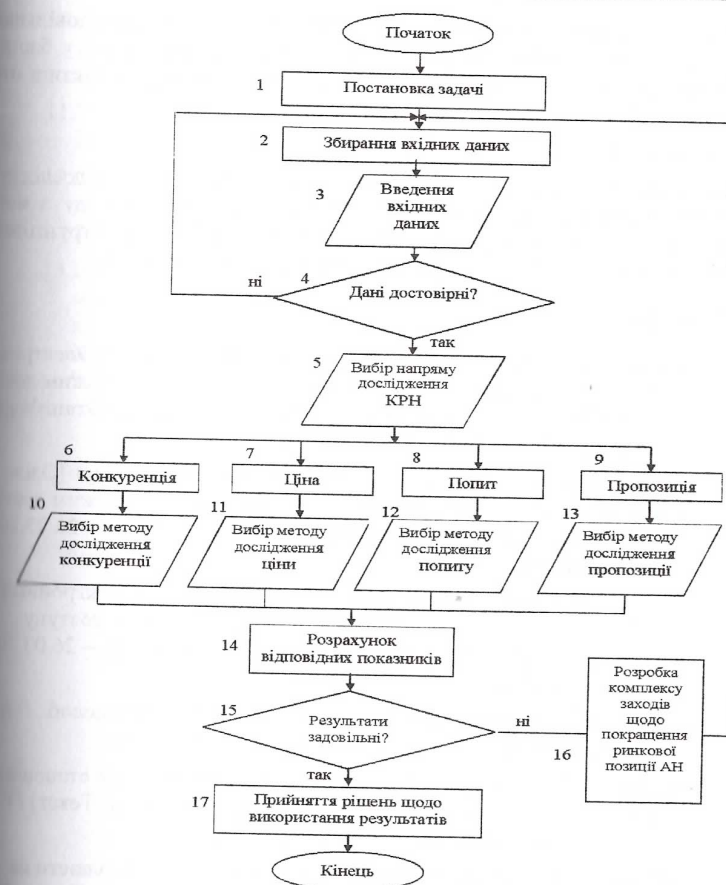


Рисунок 1 – Схема алгоритму рішення задачі

Після того, як були обрані напрями та визначені методи дослідження кон'юнктури ринку нерухомості, роблять розрахунки за тими даними, що були надані для даного дослідження. Це реалізується у блоці 14. Результати, які будуть отримані після дослідження кон'юнктури ринку нерухомості, необхідно перевірити – чи задовольняють вони очікуванням того, хто проводить дослідження. Перевірка результатів передбачається у блоці 15.

У випадку, якщо результати дослідження не задовольняють користувача, відбувається перехід до блоку 2 через блок 16, у якому реалізується розробка комплексу заходів щодо покращення ринкової позиції агентства нерухомості.

Якщо результати розрахунків, отриманих у блоці 15, визнаються задовільними, то у блоці 16 розробляється комплекс заходів щодо розвитку АН, а у блоці 17 відбувається процес прийняття рішення щодо використання на практиці отриманих результатів.

IV. Висновки.

Усі активні суб'єкти ринку нерухомості повинні систематично досліджувати кон'юнктуру ринку нерухомості на засадах системного підходу з метою отримання оперативної інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у мінливих умовах зовнішнього середовища.

Література:

1. Тенденции развития украинского рынка недвижимости [Электронный ресурс] / Сайт агентства недвижимости «Лана». – Режим доступа : [www/ URL: http://www.lana.biz.ua/605-tendencii-razvitiya-ukrainskogo-rynka.html](http://www.lana.biz.ua/605-tendencii-razvitiya-ukrainskogo-rynka.html). – 25.03.2010 – Загл. с экрана.
2. Проблемы исследования конкурентной среды рынка услуг [Электронный ресурс] / Сайт управленческого агентства. – Режим доступа : [www/ URL: http://www.pride.ua/index.php?showtopic=19435](http://www.pride.ua/index.php?showtopic=19435). – 26.03.2010 – Загл. с экрана.
3. Групи показників кон'юнктури ринку нерухомості [Електронний ресурс] / Інвестиційно-консалтингова компанія. – Режим доступу [www/ URL: http://www.conex.com.ua/class_ekonom.php](http://www.conex.com.ua/class_ekonom.php). – 26.03.2010 – Загол. з екрану.
4. Асаул, А. Н. Экономика недвижимости [Текст] : учеб. пособ. / А. Н. Асаул, А. В. Карасев. – М. : «Дело ЛТД», 2001. – 365 с.
5. Гриценко, Е. А. Рынок недвижимости : закономерности становления и функционирования (вопросы теории и методологии) [Текст] / Е. А. Гриценко. – Х. : Бизнес Информ, 2002. – 282 с.
6. Максимов, С. Н. Основы предпринимательской деятельности на рынке недвижимости [Текст] / С. Н. Максимов. – СПб. : Питер, 2000. – 272 с.
7. Моченков, А. В. Харьков инвестиционный [Текст] : справоч. пособ. / А. В. Моченков. – Харьков: ИПП «Контраст», 2009. – 132 с.
8. Рынок недвижимости Харькова в ценах и цифрах в 1993-1999 гг. [Текст] : справ. пособ. / А. В. Моченков, В. В. Герасименко, Н. А. Елкина; под. общ. ред. А. В. Моченкова. – Х. : Бизнес Информ, 2000. – 122 с.
9. Тэмпан, Л. Н. Оценка недвижимости [Текст] : учеб. пособ. для вузов / Л. Н. Тэмпан. – М. : Юнити, 2002. – 304 с.

10. Фридман, Дж. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости [Текст] : пер. с англ. / Дж. Фридман, Ник. Ордуй. – М. : «Дело ЛТД», 1995. – 480 с.
11. Гаркавенко, С. С. Маркетинг [Текст] : підруч. / С. С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2002. – 712 с.
12. Соколова, Л. В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища [Текст] / Л. В. Соколова. – Харків: ХНУРЕ, 2004. – 288 с.
13. Бойко, А. А. Методики определения стоимости объектов недвижимости с использованием регрессионного анализа [Текст] / А. А. Бойко // Технічний прогрес та ефективність виробництва. Вісник Харківського державного політехнічного університету. – 2000. – № 96. – С. 27 – 30.

Сенюра А.Ю. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	697
Крышан А.Ф. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	706
Капченко Р.Л. ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ БЮДЖЕТНОГО ПРИЗНА- ЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ ТА ВИЩИХ НАВ- ЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ.....	714
Біттер О.А., Перетятко Л.А. ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ЛІЗИНГОВИМИ КОМПАНІЯМИ.....	724
Варава Л.М., Шпонько В.І., Бурлакова Ю.М. НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІА- ЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ УПРАВЛІНСЬКИХ МОДЕЛЕЙ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ТА ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ.....	733
Приймак С.В., Гарасим М.П. ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ МЕТОДИК ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	742
Черняєва Е.В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧ- НОЇ СПІВПРАЦІ.....	753
Кравченко С.А. МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ АДАПТАЦИИ ЭКОНО- МИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ К УСЛОВИЯМ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕ- НИЙ В УКРАИНЕ.....	759
Гавриш В.И. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕНЕРГОЗАОЩАДЖЕННЯ.....	773
Соколова Л. В. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ.....	778

Кульчицький М.І., Жмурко Н.В. ДОЦІЛЬНІСТЬ ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ ДО ФІКСОВАНОГО РЕЖИМУ ВАЛЮТНОГО КУРСУОУТВОРЕННЯ В РАМКАХ МЕХАНІЗМУ ERM-II.....	786
Дідик В.Л., Кавігула С.В., Гук О.Ю. ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ПІДВИЩЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	797
Гура Н.О. РИНКОВІ ВІДНОСИНИ В ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ – ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	803
Сардак О.В. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	809 Mar
Смирнова И.И. КОМПЕНСАЦІЙНА ПОЛІТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА.....	817
Гук О.В., Волохова А.С. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	823
Ступко А.В. СУТНІСТЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	831
Том IV	
Подвірна Т. В. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ПРОВІДНИХ КОМПАНІЙ СВІТУ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ.....	840
Павловська В.А. РОЛЬ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНИХ СТИМУЛІВ У ЕКОНО- МІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	845 Mar
Февь М.И., Романюк Р.Я. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ, ВИКОРИС- ТОВУЮЧИ ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД.....	851
Христенко М.Л. ОБґРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МОДЕЛІ РОЗРАХУНКУ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ В БАНКУ.....	857

**Економіка:
проблеми теорії та практики**

Збірник наукових праць

Випуск 264

У 9 томах

Том III

Українською, російською і англійською мовами

Видається з квітня 1996 р., виходить раз на місяць
Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ
№ 3354 від 10 липня 1998 р.

Відповідальний редактор *С. В. Єкімов*
Комп'ютерна верстка *В. Б. Гордашевський*

Здано до друку 04.06.2010. Підписано до друку 07.06.2010.

Формат 60 84 $\frac{1}{16}$. Спосіб друку – ризограф.
Ум. друк. арк. 16,45. Тираж 300 прим.

Видавництво “Наука і освіта”
Свідцтво про внесення до Держреєстру ДК № 919 від 21.05.2002 р.
м. Дніпропетровськ, вул. Бердянська, 616
тел. (056) 370-13-13, (0562) 35-78-19, 34-29-61