

винний ринок іпотечного капіталу). З умови роботи сучасної іпотечної системи з усіма її елементами формується ринок іпотечного капіталу в "широкому смислі" (первинний та вторинний ринок). У даному випадку ринок іпотечного капіталу становить об'єднання трьох ринків: ринку іпотечної нерухомості, частини ринку капіталів та фондового ринку [3, с. 70].

Інший вітчизняний дослідник К. В. Паливода застосовує термін "іпотечний ринок житла" — система взаємовідносин на основі взаємодії інтересів у процесі купівлі-продажу житла за рахунок кредитів, забезпечених заставою житла, а також заставою іпотечних цінних паперів та майнових прав [5, с. 6].

Російський науковець А. М. Ужегов дає наступне визначення: іпотечний ринок — це ринок іпотечних кредитів, які надаються банками та іншими установами домашнім господарствам з метою придбання під заставу того чи іншого житла, і фінансових активів, які розміщуються на ринку з метою залучення ресурсів до іпотечного кредитування. Іпотечний ринок формується іпотечним сегментом фондового ринку і сегментом ринку банківських послуг з надання та обслуговування іпотечних кредитів [6, с. 11].

Аналіз наведених визначень терміна "ринок іпотечного житлового кредитування" дає можливість зробити висновок, що ринок іпотечного житлового кредитування — інтегрована категорія, яка припускає наявність характерних рис, властивих ринку житлової нерухомості, споживчому ринку, фінансовому ринку, зокрема ринку довгострокових кредитів, ринку цінних паперів, фондовому ринку.

Таким чином, пропонується визначення ринку іпотечного житлового кредитування як механізму формування попиту та пропозиції на особливий вид товару — цільову позичку на придбання житла під заставу придбаної нерухомості.

До факторів, які впливають на попит на ринку іпотечного житлового кредитування, належать: соціально-економічні фактори — рівень забезпеченості населення житлом, рівень доходів громадян, ступінь їхньої диференціації; обсяги заощаджень населення, вартість користування іпотечним кредитом, вартість оренди майна, наявність інших механізмів придбання житла з розстрочкою платежів та їх умови; організаційно-правові — складність процесу отримання кредиту та оформлення документів, вартість супутніх послуг з нотаріального оформлення документів, страхування та інших послуг; психологічні — ступінь довіри населення до фінансово-кредитних установ, наявність культури та традицій іпотечного кредитування, схильність населення до споживання (заощадження).

Формування попиту на ринку іпотечного житлового кредитування пов'язане з формуванням житлової нерухомості та пропозиції фінансових ресурсів, які можуть бути використані в процесі іпотечного житлового кредитування. Пропозиція житлової нерухомості залежить від рівня приватизації житлової нерухомості; обсягів виробництва будівельної галузі; сезонних умов. Пропозиція фінансових ресурсів залежить від привабливості іпотечних цінних паперів порівняно з іншими інструментами інвестування з позицій дохідності та надійності; вартості іпотечного кредитування; обсягу вільних грошових ресурсів на фінансовому ринку; структури та співвідношення активів і пасивів фінансово-кредитних установ; рівня інфляції.

Крім попиту та пропозиції на іпотечні житлові кредити, відсоток за користування кредитом залежить від таких факторів, як ставка рефінансування НБУ, інфляційні процеси.

На основі визначення понять іпотека, іпотечне кредитування та іпотечний ринок у ході проведеної роботи дійшли висновку, що система показників, необхідна для дослідження середовища функціонування ринку іпотечного житлового кредитування, повинна охоплювати показники, які характеризують попит та пропозицію на довгострокові кредитні ресурси для придбання житла; фактори, що впливають на них, та фактори, які впливають на розмір відсотка за іпотечними житловими кредитами; показники, які характеризують попит та пропозицію на ринку житлової нерухомості; показники дохідності іпотечних цінних паперів, їх рейтингу на фондовому ринку. Детальна розробка

методологій побудови системи статистичних показників для вимірювання параметрів ринку іпотечного житлового кредитування буде представлена в подальших роботах.

Література: 1. <http://www.unia.com.ua> 2. Лагутін В. Д. Становлення і розвиток системи іпотечного кредитування // Фінанси України. — 2004. — №1. — С. 75 — 82. 3. Євтух О. Т. Іпотека — механізм ефективного використання ресурсів. — Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2001. — 316 с. 4. Павлова І. В. Ипотечное жилищное кредитование. — М.: Изд. группа "БДЦ-пресс", 2004. — 272 с. 5. Паливода К. В. Ипотечный рынок жилья в Украине. Автореф. ... дис. канд. экон. наук: 08.04.01. / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2004. — 20 с. 6. Ужегов А. Н. Квартира в кредит: Ипотечная сделка. — СПб.: Питер, 2001. — 288 с.

Стаття надійшла до редакції
05.06.2006 р.

УДК [339.138:330.4](075.8) **Иващенко П. А.
Мохаммед Саламе Ибрахим Арабиат**

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ РАБОТЫ СЕТЕВОЙ ФИРМЫ

In the article the model of system analysis of functioning of network firm, based on the account of network structure of distributors, motion of commodities and financial means are considered.

Эффективное функционирование системы продвижения товаров сетевой компании предполагает соблюдение интересов сетевой компании, дистрибьюторов и конечных потребителей. Одним из основных условий успешного развития сетевой компании является признание существования тесной зависимости между характером взаимодействия элементов системы сетевого маркетинга, с одной стороны, и эффективностью процесса распределения товаров — с другой. Поэтому при организации взаимодействия элементов системы сетевого маркетинга необходимо включать организацию и управление следующими процессами:

взаимодействие сетевой компании и дистрибьюторов;
взаимодействие спонсора и его группы;
взаимодействие дистрибьютора и потребителя.

На взгляд авторов, все три вышеперечисленные составляющие являются весьма значимыми.

Целью организации взаимодействия сетевой компании с дистрибьюторами является создание материального, информационного и юридического обеспечения работы дистрибьюторов. Системный анализ результатов деятельности сетевой фирмы требует создания модели, учитывающей практически все указанные моменты и особенности функционирования.

Исследований в данном направлении очень мало [1 — 3].

Цель статьи — разработка модели финансово-экономического анализа деятельности сетевой фирмы.

Модель, отображающая финансово-экономическую деятельность фирмы, которая функционирует по системе сетевого маркетинга, реализована в операционной системе Microsoft Windows. Она использует СУБД Microsoft ACCESS и электронную таблицу Microsoft Excel.

Учет деятельности сетевой фирмы и сохранение данных выполняется в ACCESS. Экономический и финансовый анализ реализованы в Microsoft Excel.

Следует рассмотреть структуру системы финансово-экономического анализа работы сетевой фирмы. Отдельные стороны работы фирмы, главные особенности ее функционирования отражены в соответствующих рабочих листах. Граф связей рабочих листов представлен на рис. 1. Полный перечень рабочих листов и их описание указаны ниже. Представлены сокращенная характеристика, назначение, связи и направления использования.

1. Цены.

Содержит характеристику продукции фирмы за названиями, базовыми и розничными ценами, весом, скидками, объемами продаж.

Связан с рабочими листами "Закупки дистрибьюторов", "Анализ цен".

2. Анализ работы фирмы.

Содержит системы скидок (рабочую, действующую, других фирм); общие характеристики результатов работы фирмы (суммарный объем закупок сетью, общую величину начислений, размер премиальных, чистую прибыль, процент окупаемости и др.).

Связан с рабочими листами: "Общие скидки", "Закупки дистрибьюторов".

Предназначен для всестороннего анализа работы фирмы.

3. Закупки дистрибьюторов.

Содержит месячные объемы личных закупок всех дистрибьюторов сети, которые расположены в соответствии со структурой сети, что сложилась; суммарные объемы закупок по уровням; общую месячную сумму закупок всей сети.

Связан с рабочим листом "Связи сети".

Предназначен для формирования объемов личных закупок дистрибьюторов.

4. Структура скидок.

Содержит проценты скидок в зависимости от занимаемого уровня в таблице о рангах фирмы (фактически месячного объема личных закупок).

Связан с рабочими листами: "Проценты скидок", "Закупки дистрибьюторов", "Анализ работы фирмы".

Предназначен для формирования действующей структуры скидок дистрибьюторам, которые приняты руководством фирмы.

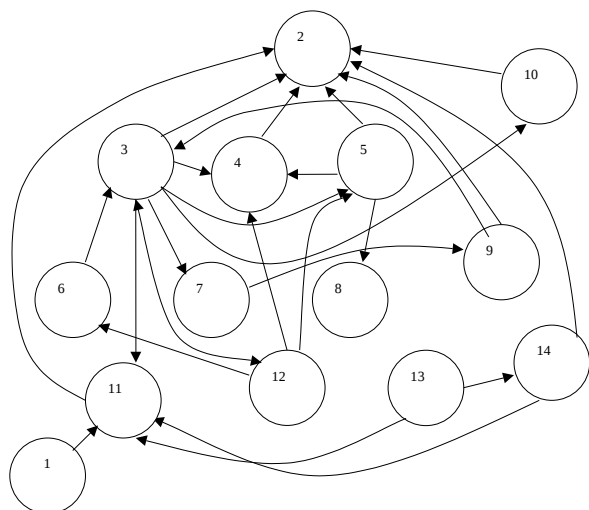


Рис. 1. Граф связей рабочих листов

5. Процент скидок.

Содержит значение скидок (в процентах), рассчитанные в зависимости от занимаемого места в таблице о рангах фирмы и объема личных закупок за месяц; средний процент скидок уровня.

Связан с рабочими листами: "Закупки дистрибьюторов", "Анализ работы фирмы", "Структура скидок".

Предназначен для формирования размеров скидок дистрибьюторам.

6. Объем закупок первой линии.

Содержит объемы закупок первых линий (уровней сети) дистрибьюторов, для которых они выступают спонсорами; накопленные объемы закупок первых линий.

Связан с рабочими листами: "Связи сети", "Закупки дистрибьюторов".

Предназначен для формирования результатов работы первых линий, накопленных закупок первых линий спонсоров сети.

7. Размер личных скидок.

Содержит величины скидок (в денежных единицах), которые предлагает фирма дистрибьютору за достигнутые успехи.

Связан с рабочими листами: "Закупки дистрибьюторов", "Процент скидок".

Предназначен для учета затрат фирмы на скидки дистрибьюторам лично, уровня сети и сети в целом.

8. Размер скидок первой линии.

Содержит суммарную величину объемов скидок первой линии спонсора (в денежном выражении), суммарный объем скидок уровней сети, общий объем скидок по сети в целом.

Связан с рабочими листами: "Процент скидок", "Объем закупок первой линии".

Предназначен для получения детальной картины о размерах скидок первой линии, каждого спонсора и сети в целом.

9. Общие скидки.

Содержит суммарные величины общих скидок спонсора (в денежном выражении), которые получают как сумма значений размеров личных скидок и скидок первой линии, а также уровней и сети в целом.

Связан с рабочими листами: "Размер личных скидок", "Размер скидок первой линии", "Анализ работы фирмы".

Предназначен для формирования сумм скидок каждому дистрибьютору сети.

10. Размер премиальных.

Содержит величины премий (в денежных единицах), которые получает в конце месяца дистрибьютор за успехи в работе.

Связан с рабочими листами: "Закупки дистрибьюторов", "Анализ работы фирмы".

Предназначен для расчета величин личных премий дистрибьюторам, премий уровням и сети в целом.

11. Анализ цен.

Содержит сравнительные таблицы цен на одинаковую продукцию, которая различается средствами и размерами упаковки.

Связан с рабочими листами: "Цены", "Закупки дистрибьюторов", "Анализ работы фирмы".

Предназначен для анализа эффективности ценовой политики фирмы.

12. Связи сети.

Содержит систему связей типа "спонсор" → "дистрибьютор". Система ссылок реализована в виде ссылок на адреса ячеек, за которыми закреплены спонсоры и дистрибьюторы. Система ссылок выполнена с учетом распределения спонсоров по уровням сети.

Связан с рабочими листами: "Закупки дистрибьюторов", "Структура скидок", "Процент скидок", "Объем закупок первой линии".

Предназначен для учета связей между дистрибьюторами и их спонсорами. Отображает типологию сети, которая сложилась в конце месяца.

13. Цены.

Содержит действующий в текущем месяце прейскурант на товары, которые выставленные фирмой на продажу.

Связан с рабочим листом "Анализ цен".

Предназначен для учета цен на продукцию в зависимости от действия разных факторов (валютный курс, цены на аналогичную продукцию фирм-конкурентов, накладные и транспортные затраты и т. п.).

14. Цены фирмы-конкурента.

Содержит прейскурант цен фирмы-конкурента.

Связан с рабочими листами: "Цены", "Анализ цен", "Анализ работы фирмы".

Предназначен для обеспечения сравнительного анализа цен на продукцию.

Примеры рабочих листов приведены ниже (рис. 2 – 4).

Microsoft Excel - 6 модель экономического анализа сетевой фирмы												
Введите вопрос												
Анал. Фир. 10 12345678901												

Рис. 2. Рабочий лист "Сравнительный анализ цен"

Microsoft Excel - 6 модель экономического анализа сетевой фирмы

Файл

Правка

Вид

Вставка

Формат

Сервис

Данные

Оформление

Справка

Введите вопрос

✖

Д

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В

В</

Рис. 3. Анализ работы фирмы

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1												
2	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3	\$B\$3	\$C\$3	\$D\$3	\$E\$3	\$F\$3	\$G\$3	\$H\$3	\$I\$3	\$J\$3	\$K\$3	\$L\$3	
4	\$B\$3	\$C\$3	\$D\$4	\$E\$3	\$F\$4	\$G\$3	\$H\$4	\$I\$4	\$J\$4	\$K\$4	\$L\$4	
5	\$B\$3	\$C\$3	\$D\$5	\$E\$3	\$F\$5	\$G\$4	\$H\$5	\$I\$5	\$J\$5	\$K\$5	\$L\$5	
6		\$C\$3	\$D\$6	\$E\$3	\$F\$6	\$G\$4	\$H\$6	\$I\$6	\$J\$6	\$K\$6	\$L\$6	
7		\$C\$4	\$D\$6	\$E\$3	\$F\$6	\$G\$5	\$H\$6	\$I\$6	\$J\$6	\$K\$6	\$L\$6	
8		\$C\$4	\$D\$7	\$E\$3	\$F\$7	\$G\$5	\$H\$7	\$I\$7	\$J\$7	\$K\$7	\$L\$7	
9		\$C\$4	\$D\$7	\$E\$3	\$F\$7	\$G\$6	\$H\$8	\$I\$8	\$J\$8	\$K\$8	\$L\$8	
10		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$4	\$F\$8	\$G\$6	\$H\$8	\$I\$8	\$J\$8	\$K\$8	\$L\$8	
11		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$4	\$F\$8	\$G\$6	\$H\$9	\$I\$9	\$J\$9	\$K\$9	\$L\$9	
12		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$4	\$F\$8	\$G\$6	\$H\$10	\$I\$10	\$J\$10	\$K\$10	\$L\$10	
13		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$5	\$F\$9	\$G\$6	\$H\$11	\$I\$11	\$J\$11	\$K\$11	\$L\$11	
14		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$6	\$H\$12	\$I\$12	\$J\$12	\$K\$12	\$L\$12	
15		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
16		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
17		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
18		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
19		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
20		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
21		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
22		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
23		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	
24		\$C\$4	\$D\$8	\$E\$6	\$F\$9	\$G\$7	\$H\$13	\$I\$13	\$J\$13	\$K\$13	\$L\$13	

Рис. 4. Связи сети

Анализ сути и назначения рабочих листов позволяет сделать вывод о работоспособности системы анализа работы сетевой фирмы для достаточно больших сетей (порядка 10 000 – 15 000 дистрибьюторов).

Таким образом, в статье представлена система финансово-экономического анализа работы сетевой фирмы, позволяющая оценивать эффективность ее деятельности в зависимости от типа маркетинг-плана и принятой системы скидок.

Литература: 1. Морозов М. А. Стратегия і тактика просування товарів на ринок / М. А. Морозов, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків: Основа, 1998. – 176 с. 2. Івашенко П. А. Сетевой маркетинг: перспективы развития для Украины // Материалы III-й международной конференции молодых ученых-экономистов. "Экономика третьего тысячелетия", 7 – 9 апреля 2000 г. – Донецк, 2000. – С. 71 – 73. 3. Івашенко П. А. Сравнительный анализ стратегий фирм многоуровневого маркетинга / П. А. Івашенко, Л. О. Королева // Вісник ХНУ. – 2001. – №508. – С. 283 – 286.

Стаття надійшла до редакції
22.05.2006 р.

УДК 658.155

Павлов К. В.
Самохин А. С.

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ С УЧЕТОМ ОЦЕНКИ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ДИС- ПРОПОРЦИЙ

In the article different kinds of reproductive disproportions are studied. Methods, forms and strains of regulation and ruling socioeconomic processes (taking into account found disproportions) are defined.

В связи с тем, что в настоящее время сложность производственных процессов неизмеримо возросла, чрезвычайно усложнилась и проблема поиска методов эффективного управления и обеспечения устойчивого функционирования экономики. В условиях переходного периода, нестабильности и изменчивости организационно-экономической среды, вопросы управления и социально-экономического прогнозирования естественным образом выдвигаются на первый план. Одной из важнейших причин возросшей в последнее время неопределенности и изменчивости социально-экономической среды является углубление различного рода воспроизводственных диспропорций. Учитывая все сказанное, целесообразно, на взгляд авторов, рассмотреть некоторые направления управления и хозяйствования при переходе к рынку в условиях высокого уровня изменчивости экономической среды. Так, ряд исследователей выделяет несколько этапов в развитии систем общесистемного управления за рубежом [1]. К таким этапам относится управление на основе контроля за исполнением, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений и управление на основе гибких экстренных решений, которое складывается в настоящее время в условиях, когда многие трудности возникают настолько неожиданно, что их невозможно предусмотреть.