

трудової діяльності працівників. Зростання продуктивності праці необхідне для підвищення конкурентоспроможності підприємства, збільшення обсягів виробництва, а, отже, й стабільного та ефективного розвитку.

Джерела та література

1. Воронич К. М. Генезис сутності категорії «продуктивність праці» та факторів її зростання / К. М. Воронич // Наук. вісн. Ужгород. ун-ту. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 32. – С. 30–32.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підруч. / О. А. Грішнова. [4-те вид., оновл.]– К. : Знання, 2009. – 390 с.
3. Іляш О. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / О. І. Іляш, С. С. Гринкевич. – К. : Знання, 2010. – 476 с.
4. Прасол В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / В. М. Прасол. – [2-ге вид. доп. та перероб.]. – Х. : ХНУМГ, 2014 – 307 с.
5. Янковий Р. В. Шляхи підвищення продуктивності та результативності праці на підприємстві [Електронний ресурс] / Р. В. Янковий, Т. С. Харченко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1(6). – С. 23–26. – Режим доступу до журн. : <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>.

Стрішенець О. М. – доктор економічних наук, професор СНУ імені Лесі Українки
Мельничук С. О. – студентка I курсу факультету та управління СНУ імені Лесі Українки
Панівська О. В. – студентка III курсу біологічного факультету СНУ імені Лесі Українки

Чинники впливу на попит і пропозицію на ринку нерухомості

Постановка проблеми. На сьогоднішній день відбувається активний розвиток ринку нерухомості. Ринок нерухомості – це система взаємовідносин між юридичними і фізичними особами, метою якої є обмін прав на нерухомість або ж грошових коштів. Разом з тим він є перспективною сферою інвестування. Ринок нерухомості формується під впливом різних чинників, в тому числі попиту та пропозиції, які також знаходяться під їхнім впливом. Попит – це кількість об'єктів

нерухомості та прав на них, які покупці можуть придбати за цінами, що складаються у певний проміжок часу. Пропозиція – це кількість об'єктів нерухомості, яку власники можуть продати за певними цінами за встановлений проміжок часу. Вивчення попиту і пропозиції ринку нерухомості є перспективною галуззю для досліджень. Дане питання вивчали такі вчені: С. Максимов, Є. Тарасевич, Л. Чубук та ін. [3; с.238]. На ринку нерухомості завжди існує незбалансованість попиту і пропозиції.

Мета дослідження. Метою нашого дослідження є встановлення чинників впливу на попит та пропозицію на ринку нерухомості.

Результати дослідження.

Фактори впливу на попит та пропозицію можна умовно поділити на 4 групи:

- Економічні
- Соціальні
- Адміністративні
- Фактори довколишнього середовища.

Економічні чинники поділяються на дві групи цінові і нецінові. Основними неціновими чинниками, що впливають на попит є: доходи споживачів; смаки та переваги споживачів; зміна ціни на супутні товари (субституту та комплементи). Нецінові чинники що впливають на пропозицію: ціни на ресурси; запровадження прогресивних технологій; зміна податків і дотацій; очікування виробників щодо зміни ціни; зміна кількості виробників. При формуванні пропозиції велике значення має тип ринку (досконалої або недосконалої конкуренції).

До соціальних чинників належать: чисельність населення; рівень освіти тощо

До адміністративних належать: умови укладання договору; зональні обмеження і т.д..

До факторів довколишнього середовища належать: екологічний стан; рівень розвитку інфраструктури. Економічний і соціальний чинники є вирішальними і для попиту, і для пропозиції. Це пояснюється сталими особливостями формування виробничих і соціальних відносин у сфері виробництва й обігу.

Залежно від типу нерухомості відрізняється вплив факторів попиту та пропозиції. На ринку житлової нерухомості попит носить споживчий характер. Він орієнтується на конкретні особливості нерухомості, за допомогою яких споживачі задовільняють свої потреби.

Комерційна нерухомість призначена не для безпосереднього споживання, а для задоволення потреб клієнтів її власника. Відповідно – фактори формуються під впливом споживачів. Виробнича нерухомість, «призначена для забезпечення виробника необхідним ресурсом, що відповідає виробничо-технологічним процесам» [1, 21].

Варто зазначити, що взаємодія попиту і пропозиції має специфічний характер. По-перше, пропозиція на ринку нерухомості значною мірою формується під впливом ситуації на фінансовому ринку, в той час як попит залежить від ситуації в реальному секторі економіки. По-друге, важливий вплив на взаємодію пропозиції та попиту надає неможливість істотного збільшення пропозиції на ринку нерухомості в короткостроковому періоді, як через обмеженість землі як природного базису нерухомості, так і в силу тривалості процесу створення об'єктів нерухомості [3, 34].

Результатом взаємодії попиту та пропозиції є ціна на нерухомість. Ціна є основним елементом на який орієнтується попит та пропозиція. Існує закон попиту і пропозиції. Закон попиту запевняє, що чим менша ціна тим більший обсяг попиту і навпаки. Закон пропозиції вказує на те, що чим вища ціна тим більший обсяг пропозиції здійснюють підприємства.

В умовах трансформації соціально-економічних відносин в Україні, незважаючи на погіршення демографічної ситуації, попит на житло постійно зростає. Про збільшення попиту на первинному ринку житла свідчить черга на його отримання. Пропозиція на первинному ринку є абсолютно нееластичною в короткостроковому періоді. Вона не може формуватися лише відповідно до попиту, в зв'язку з чим виникає незбалансованість ринку житла.

Висновок. Отже, попит та пропозиція є невід'ємними частинами у формуванні ринку нерухомості. Смаки та уподобання осіб, що формують попит та пропозицію, є основним фактором впливу на попит та пропозицію. На мою думку, ці аспекти ринку нерухомості потребують детального вивчення та дослідження, задля удосконалення ринку нерухомості. При аналізі факторів, що впливають на попит, слід враховувати категорію осіб, що формують попит і зв'язок ринку нерухомості з ринком фінансів.

Джерела та література:

1. Кривов'язюк І. В., Н. Ю. Смолярчук // Регіональна економіка/ Трансформація сутності та суб'єктна структура регіональних ринків нерухомості на сучасному етапі. – 2009. – № 1. – с. 233–241.

2. Павлов К. В. Стан та перспективи інвестиційного розвитку міста Луцька
К. В. Павлов, М. О. Величко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. серія «економічні науки». – 2011, №22 (№219).– С. 25–30
3. Стрішенець О. М. Економічна теорія: [навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл.] / О. М. Стрішенець, Л. В. Єлисеєва, В.І. Ліщук. – Луцьк: СНУ ім. Лесі Українки, 2014. – 240 с.

Мельник К. П. – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту СНУ імені Лесі Українки
Мирончук І. А. – студентка IV курсу історичного факультету СНУ імені Лесі Українки

Окремі аспекти тлумачення сутності поняття «статистика»

Постановка проблеми. У зв'язку із розвитком науки статистики, вдосконалення статистичних досліджень і спостережень, зростає роль і значення цієї науки. Існує багато тлумачень сутності поняття «статистика». Актуальність теми полягає в тому, що кожен із пояснень по-іншому характеризують, оцінюють, визначають поняття статистика в сучасному розумінні. Змінюється світ, удосконалюються суспільні явища та процеси, починають працювати нові вчені в цій галузі, тому виникають нові трактування поняття статистика.

Значні внески у розвиток статистичної науки внесли багато вчених і практиків. Так, Генріх Авенхаль у 1746 р. почав викладати нову дисципліну – статистику, а німецький вчений Г. Конрінг став засновником описового напрямку розвитку статистики. Основи статистики, як науки заклав англійський економіст Вільгельм Петті у школі політичної арифметики. Ознаку цієї науки – масовість, виявив бельгійський вчений Адольф Кетле.

Мета дослідження. Незважаючи на те, що багато дослідників і вчених досліджували це поняття, на нашу думку, поняття «статистика» потребує сучасного узагальнення і вдосконалення. Тому метою дослідження є уточнення сутності поняття статистика в сучасному розумінні.

Результати дослідження. Взагалі статистика – це кількісна характеристика суспільних масових явищ і процесів. Вона включає в