

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА СТАТИСТИКИ



**«СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 4

Частина II



**Одеса
2018**

УДК 311
ББК 60.6

Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина II. – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – 213 с.

Автори:

Милашко О.Г. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Ольвінська Ю.О. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Погорелова Т.В. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Бойчева О.П. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Бурлаєва В.С. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Варналій А.О. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Галіта К.Ю. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Георгіу О.А. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Голубчикова Ю.В. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Гуцол А.А. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Дарій А.М. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Джусенко Т.І. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Іванов М.В. – студент кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Іванов М.П. – студент обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Калантарчук Т.І. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Кравченко А.С. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Кравченко В.К. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Любович А.А. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Манєва К.П. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Марушевська В.В. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Никитюк К.С. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Попряга Ц.І. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Пухкан Н.М. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Ревунов М.С. – студент обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Самарова А.О. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Стародубцева Т.В. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Ткач В.С. – студентка кредитно-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Тодорова К.С. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Унтілов В.В. – студент обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,
Шепель М.С. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Шпак І.В. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Шумська А.О. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету,

Юрист М.В. – студентка обліково-економічного факультету Одеського національного економічного університету

У збірнику наводяться результати дослідження студентів та викладачів кафедри статистики щодо застосування сучасних статистичних методів для оцінки соціально-економічних процесів у деяких країнах світу, в Україні та окремих регіонах. Висновки та рекомендації авторів можуть бути корисними для викладачів, аспірантів і студентів, які займаються аналізом процесів, що відбуваються в суспільстві та економіці країни.

ЗМІСТ

Бойчева О.П., Погорєлова Т.В. Особливості статистичного дослідження динаміки валютних курсів.....	7
Бурлаєва В.С., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз фінансової діяльності підприємств.....	13
Варналій А.О., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз рівня інфляції та його вплив на економічні показники.....	19
Любович А.А., Погорєлова Т.В. Статистичне дослідження місцевих бюджетів.....	27
Стародубцева Т.В., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз державного боргу України.....	34
Унтілов В.В., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз грошового обігу в Україні.....	40
Калантарчук Т.І., Погорєлова Т.В. Статистичне прогнозування валютних курсів.....	45
Джусенко Т.І., Погорєлова Т.В. Статистичне спостереження банківської системи України.....	52
Марушевська В.В., Погорєлова Т.В. Історичні аспекти розвитку статистики.....	57
Пухкан Н.М., Погорєлова Т.В. Статистичне дослідження депозитної діяльності комерційних банків України.....	62
Ткач В.С., Погорєлова Т.В. Статистичне дослідження активів комерційних банків України.....	68
Стародубцева Т.В., Милашко О.Г. Статистичний аналіз зовнішньої торгівлі України з Європейським Союзом.....	74
Іванов М.В., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз валютних операцій комерційних банків України.....	79
Попряга Ц.І., Погорєлова Т.В. Статистичне дослідження кредитної діяльності комерційних банків.....	87
Самарова А.О., Погорєлова Т.В. Статистичне оцінювання ліквідності та платоспроможності банківської системи України.....	93
Георгіу О.А., Милашко О.Г. Валовий національний дохід як один з основних показників СНР на прикладі Іспанії.....	99
Кравченко А.С., Милашко О.Г. Статистичний аналіз турпотоків між Україною та Великобританією.....	104

Георгіу О.А., Милашко О.Г. Провідні напрямки співробітництва Іспанії та України.....	109
Голубчикова Ю.В., Мылашко О.Г. Влияние Франции на развитие мировой экономики	114
Гуцол А.А., Мылашко О.Г. Статистический анализ использования услуг облачных вычислений.....	119
Дарій А.М., Милашко О.Г. Аналіз використання мережі інтернет в Україні.....	128
Іванов М.П., Милашко О.Г. Характеристика підприємств, що використовували комп'ютер продовж року.....	132
Кравченко В.К., Милашко О.Г. Статистичний аналіз використання мережі Інтернет.....	137
Никитюк К.С., Милашко О.Г. Статистичний аналіз використання комп'ютерів та комп'ютерних мереж на підприємствах.....	142
Ревунов М.С., Милашко О.Г. Застосування комп'ютерних технологій для надання накладних рахунків.....	147
Тодорова К.С., Милашко О.Г. Проблеми зовнішньої трудової міграції населення України.....	153
Шепель М.С., Милашко О.Г. Статистичний аналіз використання соціальних медіа на підприємствах.....	159
Шпак І.В., Милашко О.Г. Статистичний аналіз торгівлі через комп'ютерні мережі.....	165
Шумська А.О., Милашко О.Г. Використання ІКТ для надання рахунок-фактур.....	171
Юрист М.В., Милашко О.Г. Статистичний аспект аналізу видів зовнішнього зв'язку з мережею Інтернет.....	177
Манєва К.П., Погорєлова Т.В. Статистичне оцінювання місцевих бюджетів України.....	182
Галіта К.Ю., Погорєлова Т.В. Сучасні тенденції розвитку банківської системи України та їх статистичний аналіз.....	188
Манєва К.П., Погорєлова Т.В. Статистичний аналіз страхового ринку в Україні.....	195
Варналій А.О., Ольвінська Ю.О. Сучасні тенденції заробітної плати в Україні.....	201

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ПІДПРИЄСТВАХ

Шепель М. С.¹, Милашко О. Г.²

1 – студент, обліково-економічний факультет,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра статистики
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Шепель М. С., Милашко О. Г. Статистичний аналіз використання соціальних медіа на підприємствах. Представлено аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку соціальних медіа в Україні. Розглянуто основні види соціальних медіа. Досліджено значення соціального маркетингу у діяльності підприємств.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальний маркетинг, інтернет ресурси, маркетинг підприємств, соціальні мережі. Інтернет.

Шепель М. С., Милашко О. Г. Статистический анализ использования социальных медиа на предприятиях. Представлен анализ современного состояния и тенденций развития социальных медиа в Украине. Рассмотрены основные виды социальных медиа. Исследовано значение социального маркетинга в деятельности предприятия.

Ключевые слова: социальные медиа, социальный маркетинг, интернет ресурсы, маркетинг предприятий, социальные сети, Интернет.

Shepel M. S., Mylashko O. G. Statistical analysis of the use of social media in enterprises. Presented is an analysis of the current state and trends in the development of social media in Ukraine. The main types of social media are considered. The importance of social marketing in the activity of the enterprise is investigated.

Keywords: social media, social marketing, Internet resources, enterprise marketing, social networks, the Internet.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Шепель, М. С. Статистичний аналіз використання соціальних медіа на підприємствах [Текст] / М. С. Шепель, О. Г. Милашко // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина II – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – С. 159 – 164.

Постановка проблеми. Соціальні мережі набувають все більше популярності в мережі Інтернет. Їх кількість збільшується з кожним днем. Одночасно з цим, найбільш популярні з них кожний день реєструють нових користувачів. З цього можна зробити висновок: соціальні мережі стають все більш впливовими та вагомими на ринку маркетингових комунікацій підприємства. З ростом популярності комунікацій в мережі Інтернет, отримав розвиток соціальний маркетинг (SMM -Social Media Marketing) –

широко розповсюджений на заході спосіб просування інтернет-ресурсів. Тому сьогодні у вітчизняному економічному просторі докладаються багато зусиль для побудови ефективної реклами підприємства за допомогою SMM.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань використання соціальних мереж у маркетингових комунікаціях підприємств присвятили свої роботи: Білл Гейтс, А. М. Левитас, О. В. Ульяновченко, Р. М. Безус, І. В. Бойчук, О. М. Музика та інші.

Актуальність дослідження. Соціальні мережі з'явилися в Україні досить недавно та пізніше почали використовуватися підприємствами для реклами та розповсюдження інформації про їх товари та послуги. На сьогоднішній день інформаційні технології достатньо видко розвиваються. Впровадження їх у всі сфери бізнесу дає змогу підприємства розширити або направити на потрібну аудиторію свою діяльність. Отже, у зв'язку з постійним розвитком інформаційних технологій, дослідження даної теми залишається актуальним.

Мета. Отримання даних щодо сучасного стану і тенденцій розвитку соціального маркетингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Поява в мережі Інтернет соціальних медіаресурсів нового типу дозволило перевести спілкування з споживачами та партнерами на новій рівень. Просування в мережу Інтернет є одним з важливіших напрямків комунікацій, проте багато підприємств поки не знає, як з користю використовувати великий потенціал багаточисленних мереж, блогів, форумів.

Наскільки ефективно західні компанії використовують соціальні медіа в якості комунікаційного інструмента, недавно вивчив авторитетний журнал Harvard business review. По його даним, 79% з 2100 досліджуваних представників бізнесу використовують або планують в найближчий час використовувати послуги соціальних ресурсів. 58% вже активно використовують цей канал просування, віддавав перевагу Facebook, Twitter и YouTube.

Незважаючи на таке велике число організацій, обізнаних у прогресивних методах комунікацій, 45% з них сподіваються на те, що плоди їх праці стануть відчутні в найскоріший час, 43% вважають свою працю малоефективною, та тільки 12% впевнені в тому, що їм вдасться домогтися максимального ефекту (рис.1).

Кажучи о користі, наданої від соціальних медіа, половина респондентів побачила її у збільшенні обізнаності цільової аудиторії о компанії та її послугах, близько треті спостерегли значне збільшення відвідувань корпоративного сайту, 26% виразили переконання у тому, що їм вдалося покращити довіру до своїх товарів та послуг зі сторони клієнтів.

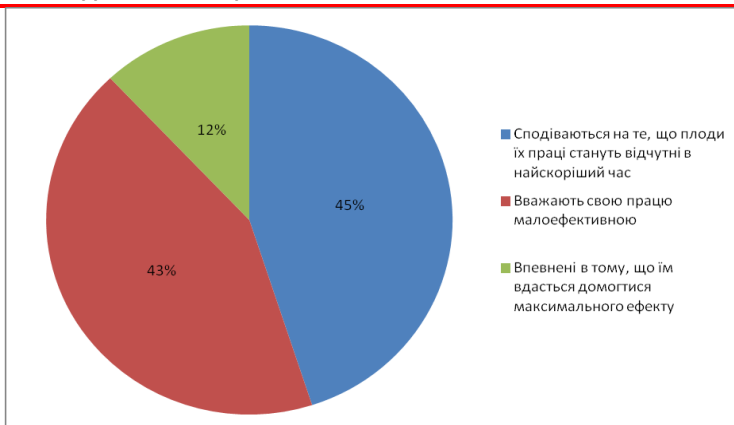


Рис.1 Структура задоволення організацій просування їх в мережі Інтернет.

До того ж до позитивних сторін праці у соціальних мережах представники компаній віднесли можливість слідкувати за відгуками споживачів, розвиток цілеспрямованих маркетингових дій та зріст у новому бізнесі.

За даними державної служби статистики України підприємства віддають перевагу використанню соціальних мереж, на другому місці засоби обмінну знаннями, на третій сходинці веб-сайти з мультимедійним змістом та останні – блоги та мікроблоги підприємства (рис.2).

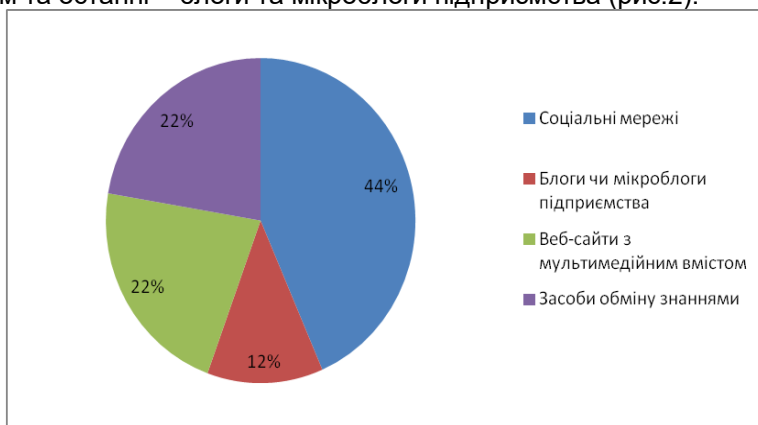


Рис.2 Структура кількості підприємств, які використовували такі соціальні медіа.

3 усіх соціальних медіа найстрімкіше розвиваються та найбільш

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

використовуються на сьогодні соціальні мережі. Завдяки ним організації мають змогу швидко та влучно надати потрібну інформацію тієї аудиторії, яка їм потрібна. В Україні станом на червень 2017 року найвикористовуванішою серед соціальних мереж є Facebook та Twitter (Рис.3). Багато людей спілкуються між собою та діляться враженнями завдяки цим соціальним медіа. Та це дає змогу підприємствам все більше наблизитися до своїх споживачів, зрозуміти, що більш потрібно їм та надати як можна кращу інформацію стосовно свого товару чи послуги. Однак в Україні швидко зростає число нових соціальних мереж, серед них три найвідоміших: Ukrainians.com; Nimses.com; WEUA.info.

Україна, Червень 2017

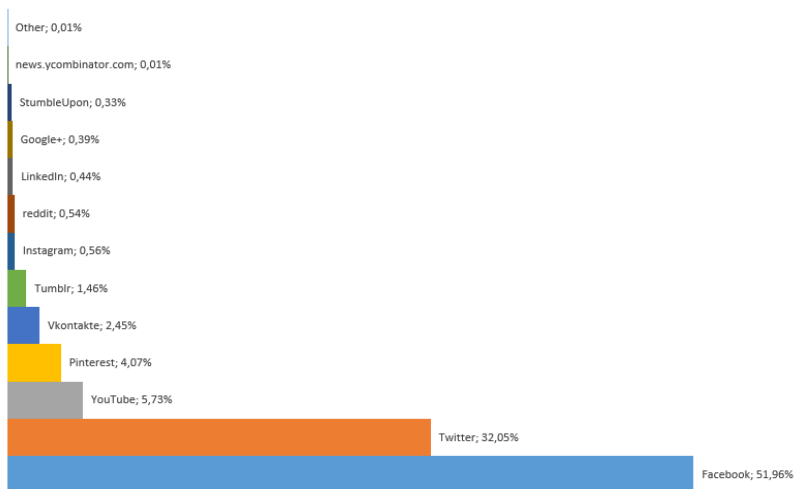


Рис.3 Структура використання соціальних мереж в Україні станом на червень 2017 року.

Але положення стосовно використання соціальних мереж у світі відрізняється від положення в Україні. Лідером все одно є Facebook, але далі зовсім друга ситуація. Друге та третє місце з відривом приблизно в 1% займають Pinterest та Twitter відповідно, далі йде YouTube та інші соціальні мережі.(рис.4)

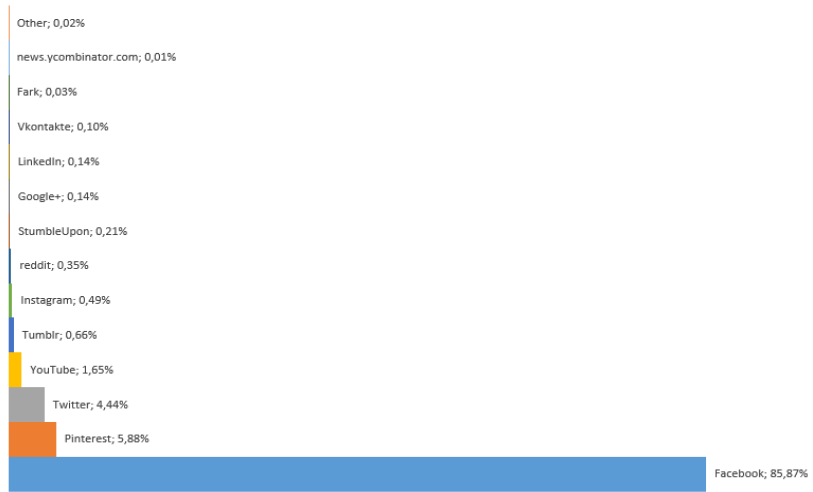


Рис.4. Структура використання соціальних мереж у світі станом на червень 2017 року.

Праця підприємств с новим шляхом просування має не тільки позитивні сторони, але й немало перешкодвань (рис.5).

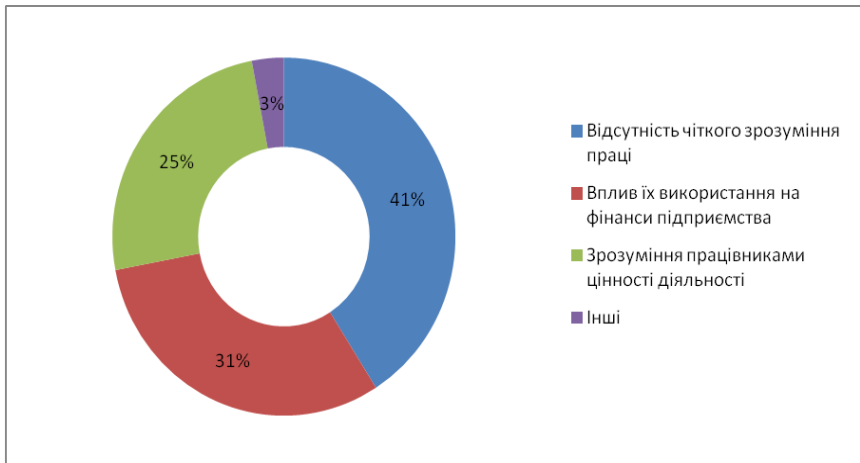


Рис.5. Структура причин, які перешкоджають розвитку соціальних мереж

До найбільш вагомих питань належать: відсутність чіткого

зрозуміння праці у соціальних медіа для розвитку бізнесу, вплив їхнього використання на фінанси підприємства та коефіцієнт окупності інвестицій, а також зрозуміння працівниками цінності діяльності, пов'язаної з соціальними медіа.

Висновок. Дане дослідження дало змогу проаналізувати наскільки нові способи просування проникли до сектора малого бізнесу. Результати виявилися оптимістичними: 69% підприємців активно використовують соціальні медіа, оскільки вважають, що це збільшує їх конкурентоспроможність у суперництві з більш крупними організаціями; 31% компаній, застосовуючих мобільний доступ до соціальних мереж, мали змогу розширити бізнес.

Безумовно, вважати, що переважна більшість організацій використовують увесь потенціал соціальних медіа, було б перебільшенням. Багато підприємств тільки намагаються розробити свою стратегію й знайти вигоди в праці з цими ресурсами. Тем не менше, деяким компаніям, переважно крупним, вдалося домогтися великого успіху у напрямку SMM.

Велику увагу в даному напрямку надається, на сам перед, відслідкуванню думок споживачів та виявленню їх реальних очікувань. Для цього застосовуються різноманітні сервіси, у тому числі й створені безпосередньо самими дослідниками.

ЛІТЕРАТУРА

1. Підгорний А. З. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону : монографія // А. З. Підгорний, О. В. Самотоєнкова, О. Г. Милашко та ін. – Одеса : ФОП Гуляєва В. М., 2016. – 218 с.
2. [Електронний ресурс]: режим доступу: hbr-russia.ru
3. [Електронний ресурс]: режим доступу: marketer.ua/ua/top-social-media-2017
4. [Електронний ресурс]: режим доступу: www.ukrinform.ua/rubric-society/1603187-top_10_naupopolyarnishih_sotsmereg_svitu_1898508.html
5. [Електронний ресурс]: режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. [Електронний ресурс]: режим доступу: <http://director.com.ua/breeding-marketing-piar/sotsialnye-media-i-biznes>
6. Державна служба статистики // [Електронний ресурс]: режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

**«СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»**

ВИПУСК 4

Частина II

**Одеса
2018**

