

те, що наявна вибірка «забруднена» «грубими» помилками, які необхідно спочатку виявити, а потім певним методом їх усунути або підправити, після чого обчислювати шукану оцінку. Для виявлення «грубих» значень у вибірці зазвичай рекомендують застосовувати критерії Смірнова-Грabbса і Титьєна-Мура, а для обробки даних – підходи Пуанкаре, Винзора, Хубера, Хампеля, Мешалкіна й ін.

Другий підхід, більш реалістичний, розглядає будь-яке значення у вибірці як рівноймовірне, що відбиває властивості вибіркової сукупності. Цей підхід для невеликих вибірок реалізується за допомогою методів «розмноження» вибірки: бутстреп-метода (bootstrap) і джеккнайф-метода (jackknife) або метода «складного ножа» [1, 4].

Проведені автором чисельні експерименти з різними методами оцінювання центральних значень вибірок та кількістю інтервалів гістограми дозволяють зробити висновок про відсутність певних закономірних відмінностей в оцінках меж інтервалу ентропії для бутстреп-середніх, наприклад, за бівес-оцінками і за простими середніми при різних значеннях числа інтервалів гістограми.

За результатами чисельних дослідів можна зробити висновок, що бутстреп-метод як метод «розмноження вибірок» у поєднанні з ентропійним методом побудови інтервалів невизначеності для початкових вибірок обсягу не менше 20 елементів дають результати цілком порівнянні з результатами по класичних методах. А для вибірок малого обсягу (менше 20 елементів) використання бутстреп-метода прийнятніше, з огляду на те, що для його використання не потрібно знання закону розподілу випадкової величини і призначення довірчої вірогідності.

Автоматизація алгоритму пошуку меж інтервалу ентропії за бутстреп-середніми забезпечує отримання усереднених оцінок для шуканих характеристик, що помітно зменшує розкид результатів за різними дослідями, а також, дозволяє застосовувати наведену методичку при обробці інформації в автоматизованих системах нормування праці. Це дозволить використовувати усю наявну статистичну інформацію про процеси праці та виробничі процеси на підприємствах для побудови відповідних функцій належності нечітких величин для опису невизначеності нечіткої природи у характеристиках процесів, що мають місце на підприємствах.

Список використаної літератури:

1. Горбатюк Е. В. Экономика-математические модели в нормировании труда : [монография] / Т. П. Завгородняя, Е. В. Горбатюк. – Хмельницкий : НВП «Еврика» ТОВ, 2001. – 212 с.

2. Игумнов Б.Н., Завгородняя Т.П., Барский С.Н. Системы нормирования производственной деятельности. – Хмельницкий «Поділля», 1997 – 388 с.

3. Алтунин А. Е. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях : монография / А. Е. Алтунин, М. В. Семухин. – Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2000. – 352 с.

4. Эфрон Б. Нетрадиционные методы многомерного статистического анализа: [сб.статей: пер. с англ.] / Б. Эфрон. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 263 с.

## **ПІДВИЩЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ І ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ НА ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ МІЖГАЛУЗЕВИХ ОБ'ЄДНАНЬ**

Н.П. Спільна, к.е.н., доцент

Одеська національна академія зв'язку ім.О.С.Попова

Н.Д. Махновська, к.е.н.

Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

З поширенням процесів глобалізації ринку, впровадженням електронних платіжних систем зростає зручність та швидкість взаєморозрахунків між підприємствами, що також сприяє збільшенню послуг, які надаються за допомогою інформаційних мереж. Особливо ці

зміни відчуває національний оператор поштового зв'язку, який є невід'ємним елементом інфраструктури країни, що зв'язує виробництво й споживання товарів і послуг.

Світова пошта сьогодні обслуговує 96% населення планети й нараховує близько 660000 поштових відділень. Переважна більшість поштових адміністрацій впроваджують програми, спрямовані на збільшення віддачі від дорогої поштової мережі, включаючи заходи щодо розширення асортиментів фінансових послуг.

Історія надання фінансових послуг на пошті починається ще наприкінці XVIII століття, коли Поштою Великобританії була організована служба поштових переказів для того, щоб організувати безпечний й зручний спосіб виплати невеликих сум грошей солдатам і морякам, що перебувають у різних кінцях великої Британської імперії. Надалі ця служба одержала розвиток, і наприкінці XIX століття вона вже використовувалась для виплати пенсій, грошової допомоги і для збору податкових платежів без стягнення комісії за переказ.

Відповідно до законодавства України, операції з залучення і розміщення грошових вкладів та кредитів, здійснення розрахунків за дорученням клієнтів та їх касове обслуговування, купівля у організацій і громадян та продаж їм іноземної валюти мають змогу виконувати тільки банки. Тому в Україні, як правило користуються терміном поштово-банківські послуги.

Інтерес пошти до фінансових послуг не випадковий: у доходах поштових служб вони займають істотну питому вагу. У Німеччині, Росії й Україні – близько 35 %, у Голландії – більше 65%, а в Японії - більше 92%. При цьому в країнах СНД основна частина доходів від фінансових послуг припадає на доставку пенсій, у той час як у Голландії і Японії – на послуги, що засновані на операціях по рахунках.

З 190 країн, що входять у Всесвітній поштовий союз (ВПС), фінансові послуги усередині країни надають близько 160 держав, а міжнародні – близько 150. Перекази є базовою послугою, але в цілому вони становлять не більше 10 - 20% від загального фінансового навантаження.

Незважаючи на те, що фінансові послуги на пошті впроваджувалися в різних країнах для рішення подібних завдань, проте, розходження в національних законодавствах і підходах до державного регулювання поштової й банківської діяльності привели до виникнення двох різних моделей надання фінансових послуг на пошті двох різних моделей – адміністративної й банківської.

Адміністративна модель припускає, що банківські послуги на пошті організуються й регулюються поштовою адміністрацією, що є частиною державного апарату. При цьому схоронність заощаджень гарантується державою, а зібрані поштою депозити інвестуються в державні цінні папери або прямо використовуються для фінансування державних витрат. Фінансова діяльність пошти регулюється не банківським, а спеціальним поштовим законодавством. Адміністративної моделі відповідає організація поштово-банківських послуг у Франції, Італії, Швейцарії, Японії й на первісному етапі в Німеччині.

Банківська модель припускає, що поштово-банківські послуги організуються й контролюються не поштовою адміністрацією і не самою поштою, а іншою юридичною особою – банком. При цьому поштовий банк може належати як самій державі, так і пошті, а може, і це характерно для все більшої кількості країн, бути акціонерним товариством із приватним капіталом. Діяльність поштового банку регулюється загальним банківським законодавством, залучення й розміщення коштів здійснюється відповідно до умов ринку. При цьому поштові відділення виконують функцію фронт-офісу поштового банку по роботі із клієнтами. Банківська модель характерна для Великобританії, Нідерландів, скандинавських країн й у цей час Німеччини, а також багатьох інших країн.

Для визначення моделі в Україні необхідно проаналізувати основних конкурентів фінансових послуг. Банки контролюють від 20 до 50% ринку. Безумовними конкурентами є також спеціалізовані системи грошових переказів, такі як Western Union, MoneyGram, Migom, частка яких становить від 10 до 40%. Великим й упущеним сегментом для поштових служб є неофіційний ринок (передача готівки з пасажирами, водіями транспортних засобів та

ін.), що становить 20 - 40%. Якщо сьогодні поштові відомства поставлять собі мету підняти свою частку на ринку до 30%, то, у першу чергу, їм варто розглядати саме неофіційний сегмент як потенційну цільову аудиторію.

До того ж, існують певні законодавчі обмеження діяльності оператора в сфері надання фінансових послуг. Згідно Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» УДППЗ «Укрпошта» не являється фінансовою структурою, відповідно не може надавати повного спектру фінансових послуг, а деякі операції, як ведення рахунків клієнтів, залучення й розміщення вкладів та кредитів населення, згідно з Законом України «Про банки та банківську діяльність» можуть здійснювати тільки банки.

Рішенням для пошти в даній ситуації є створення стратегічного альянсу з основним своїм конкурентом – банком. Відношення між партнерами юридично будуть регулюватись на підставі складеної агентської угоди. Це співробітництво має ряд позитивних сторін:

- ні пошта, ні банк не втрачають своєї юридичної самостійності;
- діють на підставі певної угоди;
- пошта отримує надійного партнера, за допомогою якого може вирішити фінансові труднощі та розпочати оновлення своєї мережі;
- банк отримує клієнта у вигляді великої державної організації;
- підвищення доходів банку за рахунок використання найбільшої мережі поштових відділень по всій країні для надання своїх послуг;
- підвищення доходів пошти від забезпечення розрахунків для клієнтів банку;
- мінімізація витрат на проведення розрахунків з клієнтами;
- збільшення клієнтської бази для обох партнерів;
- зріст престижу пошти за рахунок переводу обслуговування клієнтури на більш високий технологічний рівень;
- зріст престижу банку при організації співпраці з Державним підприємством поштового зв'язку «Укрпошта» за рахунок збільшення довіри клієнтів;
- розвиток та забезпечення нових форм безготівкових розрахунків(платіжні картки та ін.);
- соціальне значення поштово-банківських послуг.

Пошта, заключивши партнерську угоду з банком, забезпечує для себе попит на фінансові послуги в довгостроковій перспективі. Додатковий прибуток від надання поштово-банківських послуг можна направити на розвиток основної діяльності, модернізування технічної бази, оптимізації мережі.

Тобто, стратегічний альянс УДППЗ «Укрпошта» та регіональних банків дає змогу оператору поштового зв'язку стати унікальною логістичною структурою, поєднуючи у собі як матеріальні, інформаційні так й фінансові потоки.

Список використаної літератури:

1. Махновська Н.Д., Жаданова Ю.О. Обґрунтування вибору стратегій розвитку УДППЗ “Укрпошта” на ринку фінансових послуг / Наукові праці Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова: зб. наук. праць; наук. ред. А.М. Іваницький. – О.: ОНАЗ, 2007. – №2. – С. 135-137.
2. Махова Г.В. Стратегічні альянси підприємств як засіб реалізації інновацій / Г.В.Махова, М.І.Дяченко // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2008. – № 3 (Т.2).- С.54-57
3. Понизовкина Е. Государственно-частное партнерство: российские перспективы [Электронный ресурс] / Е. Понизовкина. – Режим доступа: [http://www.uran.ru/gazetanu/2007/07/nu16\\_17/wvmnu\\_p11\\_16\\_17\\_072007.htm](http://www.uran.ru/gazetanu/2007/07/nu16_17/wvmnu_p11_16_17_072007.htm). 17.07.2007