

Література

1. Башнянин Г.І. Яку систему регуляції національної економіки ми повинні створювати в Україні? / Г.І. Башнянин, І.М. Копич // Регіональна економіка. – 1997. – № 2. – С.
2. Гальчинський А. Складним шляхом реформ: деякі підсумки і перспективи / Анатолій Гальчинський // Економіка України – 1999. – № 6. – С. 5-9.
3. Геєць В. Про політику економічного зростання в Україні / В. Геєць // Банківська справа. – 1999. – № 2. – С. 3-8.
4. Данилишин А.І. Проблеми фінансової політики України й розвитку фінансово-монетарних важелів її реалізації / А.І. Данилишин // Фінанси України. – 2007. – № 9. – С. 51-66.
5. Долішній М. Фінансова політика і стабілізація економіки України / Мар'ян Долішній // Регіональна економіка. – 2000. – № 1. – С. 7-13.
6. Інституційні засади формування економічної системи України: теорія і практика / за ред. З. Ватаманюка. – Львів : Вид-во "Новий Світ-2000", 2005. – 648 с.
7. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / Михайло Іванович Крупка. – Львів : Вид-во ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. – 608 с.
8. Лютий І.О. Макроекономічні чинники грошово-кредитної політики України в сучасних умовах / І.О. Лютий, А.С. Криклій, І.Є. Януль // Економіка і держава. – 2006. – № 1. – С. 9-11.
9. Михасюк І. Державне регулювання економіки / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залога. – Львів : Вид-во "Українські технології", 1999. – 640 с.
10. Постсоветский институционализм / под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – 480 с.
11. Ющенко В. Надмірне державне втручання як головний фактор фінансової нестабільності України / В. Ющенко, В. Лисицький // Українсько-Європейський центр з питань законодавства. Тенденції української економіки. – 1998. – № 6. – С. 84-92.

Дубовой О.Ф., Киндрат О.В., Кабацци Б.И. Влияние факторов институциональной среды на механизм государственной регуляции динамики экономического роста

Систематизированы основные факторы институциональной среды и проанализировано их влияние на механизм государственной регуляции динамики экономического роста страны.

Ключевые слова: экономический рост, государственная регуляция экономического роста, институциональная среда, факторы институциональной среды, правовые, экономические, внешнеэкономические, социокультурные и политические факторы.

Dubovoy O.F., Kindrat O.V., Kabaci B.I. Influence of factors of social and economic environment is on the mechanism of government control of dynamics of the economy growing

The basic factors of social and economic environment are systematized and their influence is analysed on the mechanism of government control of dynamics of the economy growing of country.

Keywords: economy growing, government control of the economy growing, socio-economic environment, factors of socio-economic environment, legal, economic, external economic and political factors.

УДК 339.137.2:658.6 (477)

*Доц. Н.Г. Міценко, канд. екон. наук;
магістр Л.Л. Бойко – Львівська КА*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Проаналізовано особливості формування та тенденції розвитку торговельних мереж в Україні та у Львівській області. Запропоновано основні принципи побудови ефективної стратегії розвитку торговельної мережі в умовах конкуренції. Встановле-

но, що на сьогодні в Україні склались позитивні умови для розвитку торговельних мереж, які спричинені формуванням нових ринкових відносин, побудованих на диференціації споживчого попиту та підвищенні вимог споживачів до торгового асортименту та торговельного обслуговування.

Поглиблення ринкових процесів і розширення сфери товарно-грошових відносин зумовлює істотне зростання ролі торгівлі в реалізації міжгалузевого обігу, забезпеченні завершальної стадії відтворювального процесу, задоволенні особистих потреб споживачів. Одночасно зростають вимоги до базових принципів організації, механізму функціонування, системи управління, інфраструктури торгівлі. Особливої актуальності набуває проблема створення раціонально побудованої мережі торговельних об'єктів для оперативного доведення значних обсягів товарів до споживачів і організації сучасної системи торговельного обслуговування.

Процес перебудови мережі роздрібної торгівлі є одним із найважливіших напрямів оновлення сфери товарного обігу в економіці України. Однак, науково-теоретичні дослідження у цьому напрямі обмежені. Відомі дослідники роздрібної мережі радянського періоду М.Ф. Байдаков, І.Д. Барчук, В.Г. Бурмістров, П.Г. Гончаров, П.А. Гетьман, Б.І. Гоголь, В.І. Іваницький, Ю.А. Львович, Ш.В. Опельбаум, М.О. Орлов, Ф.Г. Панкратов та ін. розглядали її з позицій планово-функціональної торгівлі. Сучасні вітчизняні дослідження В.Г. Андрійчука, В.В. Апопія, І.О. Бланка, Я.А. Гончарука, І.І. Королькова, Л.О. Лігоненко, В.С. Марцина, Н.І. Ушакової присвячені, головним чином, структурним трансформаціям торгівлі й мало торкаються роздрібної мережі. Щодо зарубіжних наукових праць таких авторів, як О. Грюнвальд, Б. Вейтц, Г. Джоунз, М. Леві, Г. Фабіунке та ін., то вони розкривають окремі аспекти функціонування вже сформованої торгівлі ринкового типу. Тому, на наш розсуд, процес розвитку торговельних мереж в Україні в сучасних умовах є недостатньо вивченим і потребує подальшого теоретичного та практичного вдосконалення, що й зумовило актуальність теми цього дослідження. Метою дослідження є вивчення особливостей функціонування роздрібних торговельних мереж в Україні, зокрема у Львівській області.

Узагальнюючи визначення наведених вище авторів, зазначимо, що торговельну мережу в сучасних умовах господарювання потрібно розглядати як перспективну та ефективну модель організації торговельної діяльності на засадах використання передових технологій управління матеріальними, трудовими, фінансовими та інтелектуальними ресурсами, автоматизації всіх бізнес-процесів. Саме використання сучасних технологій та інтелектуальних ресурсів є найбільш важливою конкурентною перевагою торговельної мережі. Особливістю функціонування торговельної мережі є те, що вона досягає більшого економічного результату, порівняно з незалежними торговельними підприємствами, шляхом зниження питомих витрат на кожну бізнес-одиницю внаслідок концентрації певних управлінських функцій, зростання обсягів товарообігу, отримання синергічного ефекту від торговельної діяльності.

В останні роки в Україні активно створюються великі торговельні структури різних організаційно-правових форм (холдинги, об'єднання), які мають найбільш динамічні темпи розвитку та займають дедалі помітніше міс-

це на вітчизняному ринку. Особливо це помітно в продовольчому сегменті ринку. Як наслідок, істотно зростає концентрація продаж – на продовольчому сегменті 40 % торговельних об'єктів забезпечують 70 % загального обсягу продажів, на непродовольчому – продажі ще більше сконцентровані у великих магазинах (30 % торговельних об'єктів забезпечують 80 % загального обсягу товарообігу).

Дослідження актуальних напрямів розвитку торговельних мереж показало, що пріоритетними напрямками сучасного організаційно-економічного розвитку торговельних мереж в Україні є: географічна експансія, франчайзинг, поглинання та злиття, розвиток нових форматів торгівлі, формування розподільчих центрів, створення приватних торгових марок, розвиток бренду та менеджмент-лояльності клієнтів, що, своєю чергою, визначає можливі шляхи конкурентної поведінки торговельної мережі на ринку.

Як свідчить зарубіжний досвід, функціонування та розвиток торговельних мереж є об'єктивною передумовою розвитку торгівлі та майбутнім етапом трансформації форм задоволення суспільного попиту на споживчі товари. Саме тому, на наш погляд, потрібно не лише аналізувати досягнуті результати, але і формувати стратегію розвитку торговельної мережі на майбутнє. У сучасних ринкових умовах перспективи розвитку роздрібних торговельних мереж визначаються їхньою наявністю, якісним станом, рівнем спеціалізації, застосуванням сучасних торгово-технологічних процесів та значенням інтелектуального капіталу в процесі торговельної діяльності.

Основним принципом формування роздрібної торговельної мережі є визначення споживчого сегменту ринку, на задоволення попиту якого спрямована асортиментна та цінова політики підприємства. Тому аналіз споживчого ринку, стану торгової мережі, виявлення резервів більш ефективного її використання лежать в основі визначення перспектив її подальшого розвитку.

Як зазначають дослідники-економісти М. Мантрала та М. Краффт, у сучасній торговельній політиці помітні процеси зменшення цільових груп споживачів, на яких були спрямовані попередні, вже сформовані торговельні мережі, та відбуваються процеси урізноманітнення типів споживачів та підвищення вимог щодо торговельного обслуговування та збільшення асортиментного набору товарів у торговельній мережі [3, с. 193]. З огляду на це, потрібно наголосити, що основним конкурентом торговельним мережам є створення та стрімкий розвиток Інтернет-торгівлі, яка залучає дедалі більше прихильників та потенційних споживачів, зменшуючи таким чином споживчий сегмент торговельних мереж, а отже, і їхній остаточний фінансовий результат.

Про значне посилення ролі торговельних мереж свідчать обсяги товарообігу, які щорічно зростають до 30 %, як на рівні України, так і на рівні окремих регіонів. Для більш ґрунтового аналізу дослідимо тенденції зміни обсягів діяльності торговельних мереж України та Львівської області за даними Головного управління статистики Львівської області (рис.).

Як видно із рис. 1, товарообіг України та Львівської області мають подібні тенденції розвитку: незначні темпи росту впродовж 2000-2004 рр. та найвищі темпи зростання товарообігу у 2007 р. Це пояснюється дією об'єктивних чинників як загалом по країні, так і по Львівщині:

- зміна платоспроможного попиту населення;
- підвищення інвестиційної привабливості внутрішнього ринку України для іноземних інвесторів;
- скорочення обсягів вітчизняного виробництва та розвиток імпорту товарів;
- активний розвиток оптової та дрібнооптової торговельної мережі;
- укрупнення бізнесу за рахунок консолідації торговельних підприємств та ін.

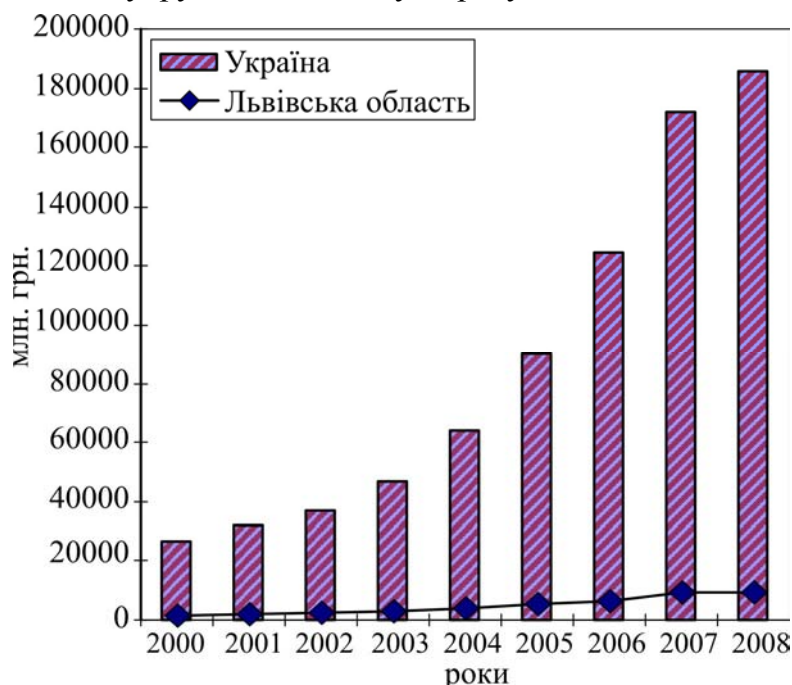


Рис. Зміна товарообігу роздрібної торговельної мережі України та Львівської області протягом 2000-2008 рр.

Аналіз свідчить, що існує реальне економічне підґрунтя для розвитку саме торговельних мереж. Це – економія на масштабах, можливість істотного зниження цін закупівлі товарів, економія адміністративно-управлінських та транзакційних витрат, лобювання інтересів у органах державної та місцевої влади, фінансова спроможність до постійних технологічних інновацій, удосконалення усіх бізнес-процесів.

Ефективність функціонування торговельної мережі багато в чому залежить і від рівномірності

розташування її підрозділів на території регіону чи міста. За даними Головного управління статистики у Львівській області, у 2008-2009 рр. переважна більшість підрозділів торговельних мереж Львівщини була сконцентрована у самому Львові ("Велика кишеня", "Ельдорадо", "Технолюкс", "Сільпо", "Фокстрот" та ін.), серед міст обласного підпорядкування та районних центрів найбільше поширення торговельних мереж відрізняє міста Дрогобич, Червоноград, Кам'янка-Бузька, Турка, Яворів, Жовква та Жидачів.

Розвиток торговельних мереж у Львівській області є достатньо перспективним та має цілу низку стратегічних можливостей. Основні з них повинні відображати не лише фінансові аспекти формування стратегії, але й бути орієнтованими на споживача. Тому стратегія побудови та розвитку роздрібної із торговельної мережі повинна будуватись на таких принципах:

- відповідність асортименту товарів потенційному попиту споживачів;
- виокремлення потенційної групи споживачів, які створюватимуть цільову аудиторію торговельної мережі;
- приваблення та утримування постійних споживачів за допомогою формування ефективної цінової політики та додаткових послуг з торговельного обслуговування;
- формування позитивного іміджу торговельної мережі, запровадження технологічних нововведень у торгівлі, поглиблення роботи із персоналом та розширення комунікаційного простору тощо.

Таким чином, на сьогодні в Україні склались позитивні умови для розвитку торговельних мереж, які спричинені формуванням нових ринкових відносин, побудованих на диференціації споживчого попиту та підвищенні вимог споживачів до торгового асортименту та торговельного обслуговування. З огляду на це, кожна торговельна мережа повинна здійснювати постійний моніторинг потенційних споживачів та формувати гнучку, адаптовану до споживача стратегію розвитку.

Література

1. **Концепція** розвитку торгівлі у м. Львові (до 2010 р.). [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.gromada.lviv.ua/articles/2007/04/10/333.html>.
2. **Криган Р.В.** Стан і тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі у Львівській області / Р.В. Криган, Т.В. Футало // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.6. – С. 188-193.
3. **Роздрібна торгівля у ХХІ столітті.** Теперішні і майбутні тренди / за ред. Муралі К. Мантрала, Манфред Краффт : пер. з англ. / за ред. Л. Савицької. – К. : Вид-во Олексія Капусти (підрозділ "Агенція "Стандарт"), 2008. – С. 190-195.
4. **Роздрібний товарообіг підприємств торгової мережі за 2000-2008 рр.** [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.stat6.stat.lviv.ua/PXWEB2006 p/dialog/statfile1_r.asp.

Миценко Н.Г., Бойко Л.Л. Особенности развития торговых сетей в конкурентной среде

Проанализированы особенности формирования и тенденции развития торговых сетей в Украине и во Львовской области. Предложены основные принципы построения эффективной стратегии развития торговой сети в условиях конкуренции. Установлено, что на сегодня в Украине сложились позитивные условия для развития торговых сетей, которые вызваны формированием новых рыночных отношений, построенных на дифференциации потребительского спроса и повышении требований потребителей к торговому ассортименту и торговому обслуживанию.

Mitcenko N.G., Boyko L.L. Features of development of networks of auctions are in competition environment

The features of forming and progress of networks of auctions trend are analysed in Ukraine and Lvov area. Basic principles of construction of effective strategy of development of auction network are offered in the conditions of competition. Described that for today Ukraine had positive terms for development of point-of-sale networks, which are caused forming of new market relations, built on differentiation of consumer demand and increase of requirements of users to the point-of-sale assortment and point-of-sale service.

УДК 35.073.513.2:[330.142.211:630*6:674](477.8)

Асист. Н.Я. Наливайко –
НЛТУ України, м. Львів

ЛІЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ ЛІСОВИХ ТА ДЕРЕВООБРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Розглянуто стан основного капіталу лісових та деревообробних підприємств Карпатського регіону України. Проаналізовано різноманітні фінансові інструменти модернізації основного капіталу та можливості використання їх на галузевих підприємствах регіону. Обґрунтовано використання лізингу, як одного з найбільш реальних та ефективних фінансових інструментів оновлення основного капіталу в сучасних умовах.

Ключові слова: лізинг, основний капітал, фінансовий інструмент, інвестиції.