Література

1. Вебер Ю. Обеспечение рациональности путем планирования, ориентированного на увеличение стоимости предприятия / Ю. Вебер, Н. Кноррен // Проблемы теории и практики управления. – 1999. - №3. – С.74-79.
2. Герцог И. Программа выпуска, оборотный капитал и цена компании / И. Герцог // Проблемы теории и практики управления. – 1999. - №3. – С.103-108.
3. Закон України "Про акціонерні товариства" № 514-VI від 17.09.2008 // Відомості Верховної Ради України. – 2008. - №50-51.

Головачук Т.І., Гут Л.В.

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ РЕГІОНУ В УМОВАХ РОЗГОРТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розгортання фінансово-економічної кризи у державі, а відтак і на Буковині, розвиток внутрішньої торгівлі визначається переважно негативними тенденціями, що характеризують продовження низхідної динаміки переважної більшості економічних показників. Загалом торговельна галузь регіону розвивається досить суперечливо, але деякі негативні зрушення останнім часом набули стійкого характеру.

В економічній системі регіону внутрішня торгівля займає особливе місце та відіграє суттєву роль у реалізації соціальної політики, стабілізації реального сектора економіки, розширенні міжгалузевого та міжрегіонального обміну. Торговельна галузь нині забезпечує переважну частку кінцевого споживання домашніх господарств, реалізує грошові доходи громадян у розмірах більше 85%.

Оскільки внутрішня торгівля виступає найбільш ефективною формою зв'язку між виробником і споживачем, сприяє просуванню товарів та послуг на ринок, забезпечує потреби населення, то її розвиток є необхідною умовою розвитку економіки регіону. Разом з тим, проблеми, що виникають у торгівлі, потребують ефективного вирішення, оскільки мають вплив на грошово-кредитну систему, економічну та соціальну сфери регіону.

Спроможність внутрішньої торгівлі регіону до протидії кризі, адаптації економічних механізмів до кризових проявів визначають успіх розвитку економічної системи регіону в цілому. Тому дослідження проблеми розвитку внутрішньої торгівлі у Чернівецькій області є досить актуальним, що і визначило вибір предмету даного дослідження.

Метою дослідження є оцінка стану та напрямків розвитку внутрішньої торгівлі Чернівецької області, визначення її регіональних особливостей, нагальних проблем кризового періоду та шляхів їх вирішення у перспективі.

Проблеми розвитку внутрішньої торгівлі досліджували такі вчені як Азарян Е.М., Бланк І.О., Лігоненко Л.О., Лук'янець Т.І., Мазаракі А.А., Мельник

Г.М., Ореховська Т.М., Смолін І.В., Циганкова Т.М., Чаюн Т.І., Школа І.М. та інші.

Проведене дослідження стану та розвитку внутрішньої торгівлі визначило, що на споживчому ринку Буковини відбулися якісні та кількісні зміни. На сьогоднішній день потреби мешканців області задовольняють 1807 закладів торгівлі, у тому числі оптової - 326 од., роздрібної - 967. Разом з тим, розвиток торгівлі є досить хаотичним, без урахування реальних потреб населення області та прилеглих територій. Торговельну мережу не можна вважати оптимальною як по розміщенню підприємств, так і по їх типам, якості товарів, асортименту і рівню роздрібних цін.

За 2008-2011 роки спостерігається поступове скорочення кількості об’єктів роздрібної торгівлі на 7,0%, однак торгова площа поступово зростає (в межах 6% - 7,2%). Головною причиною цього є поява нових форматів торгівлі як супермаркети, гіпермаркети та торговельні центри, що є позитивом, але вони виштовхують з ринку невеликі роздрібні торговельні підприємства із слабкішими конкурентними позиціями. Розвиток торговельних підприємств корпоративного типу («Караван», «Велика кишеня», «Сільпо», «Метро»), який в останній час активізувався, здебільшого орієнтований на інтереси підприємців, а ніж споживачів. Очевидним фактом є відсутність соціально-орієнтованої мережі магазинів, що за асортиментом товарів та рівнем цін призначені для малозабезпечених верств населення.

В оптовій торгівлі кількість об’єктів у 2011 році зросла на 25%. Характерним є збільшення кількості складських приміщень (на 76,7%), але частина з них не використовуються для цілей оптової торгівлі, а здається в оренду.

Для більшості об’єктів внутрішньої торгівлі характерним є високий рівень фізичного та морального старіння основних засобів. Ступінь зносу основних засобів торговельних підприємств регіону має тенденцію до зростання: у 2008 р. – 23,9%, 2009 р. – 12,9%, 2010 р. – 28,1%, 2011 р. – 29,0%. Також спостерігається велика частка зношування наявного виробничо-торговельного обладнання, устаткування, що значно погіршує економічний результат діяльності та соціальний ефект підприємств торгівлі регіону.

Окрім того, спостерігається нерівномірність розміщення торговельних підприємств і забезпечення населення торговими площами. У 2011 р. з 326 од. діючих підприємств оптової торгівлі 281 од. (86,7%) припадає на м. Чернівці. Найбільша кількість магазинів (48,4%) зосереджена в обласному центрі, де їхня кількість становила 376 одиниць.

Негативним явищем у торгівлі регіону є те, що набувають бурхливого розвитку такі форми організації торговельного бізнесу, як неорганізовані та неформальні ринки. Якість обслуговування споживачів на таких ринках є досить низькою. Відбувається подальший розвиток «вуличної» торгівлі із порушенням санітарних норм, через яку реалізуються значні обсяги товарів, а магазини певною мірою втрачають своє значення як основні пункти роздрібного продажу.

Ознакою торгівлі на протязі довготривалого періоду є експансія імпорту на внутрішньому споживчому ринку регіону, яка обумовлена неможливістю кон-

куренції між вітчизняними виробниками та імпортерами за ціною та якістю товарів. Рівень вітчизняного виробництва споживчих товарів та насичення ними регіонального споживчого ринку не забезпечує попит населення, що є основною причиною імпортування товарів.

У Чернівецькій області обсяг роздрібного товарообороту у 2011 році становив 4784,2 млн.грн., що на 6,5% більше, ніж у 2010 році, Обсяг оптового товарообороту у звітному році порівняно з минулим роком становив – 10139,8 млн.грн., тобто збільшився на 49,8 %.

У структурі продовольчих товарів відбулось випередження темпів зростання товарообігу алкогольних напоїв (на 15,4%) і тютюнових виробів (на 45,3%), які є шкідливими для споживачів і не сприяють покращенню здоров'я населення. Розвиток торгівлі регіону непродовольчими товарами стримується через недостатню платоспроможність населення, невідповідність між ціною, якістю, технічним рівнем, дизайном окремих товарів.

Відбувається зміна структури магазинів, що визначена порушенням встановленої спеціалізації та типізації торговельних об’єктів. Торгова мережа області розвивається без врахування потреб регіонального споживчого ринку і попиту споживачів. Об’єкти ринку в більшості виникають з огляду на потреби та уподобання підприємців, які самостійно обирають тип, розташування об’єкта торгівлі, його спеціалізацію без обґрунтування структури потреб споживачів та доцільності територіального розміщення даного об’єкта в генеральному плані розвитку міста або іншого населеного пункту області. Наслідками цього є те, що досить часто у межах одного мікрорайону споруджуються однотипні магазини, які намагаються конкурувати між собою, натомість в інших місцях підприємства торгівлі практично відсутні або через свій товарний профіль не здатні забезпечити весь комплекс потреб споживачів у товарах.

Недосконалість розвитку торговельної інфраструктури регіону обумовлена відсутністю пов’язаної системи організації господарських суб’єктів, які би обслуговували потоки товарів, послуг, грошей. Коефіцієнт забезпеченості торговельною інфраструктурою в області останнім часом зріс на 6,6 %, що свідчить про покращення стану.

В інфраструктурі торговельної сфери Чернівецької області на сьогоднішній день функціонує 61 ринків загальною торговою площею 781,8 кв.м, серед яких 29 – продовольчих, 22 – непродовольчих та 10 - змішаних, які забезпечили робочими місцями більше 22 тисяч людей. КП МТК «Калинівський ринок» є одним із набільших ринків в Україні та приносить значні грошові надходження, що використовуються на розвиток економіки та забезпечення соціальних потреб.

Результати проведеного дослідження діяльності внутрішньої торгівлі регіону, виявлення основних проблем її розвитку дозволяють визначити напрямки та заходи щодо подальшого удосконалення галузі. Вони полягають в подальшому вдосконаленні роздрібної торговельної мережі, модернізації існуючих та появи нових сучасних роздрібних та оптових торговельних підприємств. Це повинно сприяти більшому залученню товарів вітчизняного виробництва, розши-

ренню їх асортименту, підвищенню їх якості та зниженню роздрібних цін, зростанню обсягу товарообігу. Розвиток сфери виробництва, який потребує відродження, перепрофілювання, реконструкції та модернізації на інноваційній основі шляхом залучення інвестицій, є базою успішного розвитку торгівлі регіону. Кардинальних змін потребує стан торговельної галузі регіону, яка повинна розвиватись у напрямку наближення до вимог сучасних європейських стандартів. Такий цільовий орієнтир має дати змогу виявити оптимальні напрямки та дієві інструменти антикризової регіональної політики, спрямованої як на послаблення негативного впливу кризи, досягнення стабільності, відновлення ділової та інвестиційної активності підприємств на підґрунті якісних структурних зрушень внутрішньої торгівлі в економіці регіону.

Література

1. Лігоненко Л.О. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулюван-ня: Монографія / За заг. ред.. Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. Нац.торг.-екон. Ун-т, 2007. – 379 с.
2. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспромож-ність : монографія / А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський, І.В. Смолін. – К. : КНТЕУ, 2010. -384с.
3. Марцин В.С. Економіка торгівлі / В.С. Марцин – [2-ге вид., випр. і доп.] – К. : Знання, 2008. – 603 с.
4. Статистичний щорічник Чернівецької області за 2010 рік. – Ч.: Головне управління статистики Чернівецької області. – Чернівці 2010.– 597 с.
5. Торгова мережа області та її спеціалізація у 2010 році: Статистичний бюлетень. – Ч.: Головне управління статистики у Чернівецькій області. – Чернівці, 2010. – 49 с.
6. Оптовий продаж товарів підприємствами оптової торгівлі за 2011 рік: Статистичний бюлетень. / За ред. Копельчук С.О. Ч: Головне управління статистики у Чернівецькій області. – Чернівці, 2012. – 16 с.

Грабчук М. В.

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ КАПІТАЛІЗАЦІЇ

У ринковому середовищі підприємство, як суб'єкт господарювання, ставить за мету отримання прибутку. Наявність прибутку і використання його як джерела подальшого економічного росту, капіталізації, забезпечує йому конкурентоздатність, стабільність розвитку.

В Україні у 2011 р. більше 40 % підприємств, як великих так і малих, за результатами звичайної діяльності є збитковими [1]. Стабільно збитковими за останні 10 років були у середньому 36 % підприємств.