

Производство модернизированного или нового товара является конечной целью производственной деятельности конкурирующих предприятий. Осуществляют производство обновленных товаров, которые способны обеспечить производителям конкурентоспособность, можно только средствами новых технологий и техники. Обновленные технологии обеспечивают высокий технологический уровень производства, который в свою очередь влияет на эффективность производства, рост доходов, улучшение развития социальной сферы. Производство становится наукоёмким, сокращаются сроки амортизации основных средств, отходы производства, улучшается оборона всех ресурсов и создаются средства для защиты окружающей среды. Растут показатели механизации, автоматизации, компьютеризации производства, что приводит к экономии живого и овеществленного труда в целом. [3, с.160]

Выбор формы восстановления основных средств, эксплуатируемых, на наш взгляд, необходимо подтвердить проведением анализа соответствующих показателей. Проблема обновления основных фондов с целью выхода на международный рынок, устойчивого развития предприятий, и, как следствие, улучшения экономики страны, имеет место при рациональном вмешательстве государства, например, создание соответствующего государственного органа. Например, в России, создан Совет при главе государства по модернизации экономики и инновационного развития.

Следовательно, решение проблемы устаревших основных средств должно осуществляться лишь благодаря практическим действиям и рациональной государственной политики по вопросам модернизации экономики, в частности, промышленных предприятий.

**Литература:** 1. Ткачук Г. О. Особливості механізму оновлення майна цілісних майнових комплексів / Г. О. Ткачук // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації: Серія „Економічні науки”. – № 3 (34). – Полтава: ПУСКУ, 2009. – С. 126-130. 2. Грачева Р.Е. Реконструкция, модернизация и ремонт основных средств / Р. Е. Грачева // Дебет-Кредит. – №17-18 от 26.04.2004. – С. 16-18. 3. Заблоцкий Б.Ф. Экономика и организация инновационной деятельности: Навч. Посібник / Б. Ф. Заблоцкий – Львів, Новий Світ 2000, 2011 – С.160-161.

*Афанасьєва М.В.,  
аспірантка кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі ХДУХТ,  
м. Харків, Україна*

## **ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ**

Під час процесу трансформації політичної та економічної систем в Україні надалі триває пошук ефективної моделі розвитку економіки. Особливо цей процес став актуальним після світової економічної кризи 2008 року, вплив якої на Україну був зумовлений дією низки зовнішніх і внутрішніх факторів, до яких економіка країни виявилась не готовою. В таких умовах важливим є внесок кожної сфери економічної діяльності в розвиток національної економіки і внесок торгівлі не є виключенням. У торгівлі виявляються інтереси суспільства, інтереси кожної сім'ї, кожної конкретної людини. Ця галузь впливає і на організацію побуту населення, і на рівень зайнятості, і на збалансованість виробництва і споживання і на формування валової доданої вартості в Україні. Торговля об'єднує кожну людину з процесом задоволення потреб і сприяє реальному здійсненню розподілу матеріальних благ.

В Україні сфера торгівлі, на відміну від більшості інших галузей економіки, зазнала кардинальних змін за останні часи. Ще 12-13 років тому більша частка роздрібною торгівлі припадала на універсами і гастрономи, але останніми роками в Україні відбуваються структурні зміни в роздрібній торгівлі - з'являються нові форми торговельних підприємств, спостерігаються тенденції зростання ролі мережевих підприємницьких утворень. До останніх відносяться торговельні мережі, фінансово-промислові групи, холдинги, консорціуми тощо.

Проблема створення різних форм партнерського співробітництва є предметом наукової дискусії протягом кількох останніх десятиліть. Особливо активно обговорюються дві форми кооперації – підприємницькі мережі та кластери. У розвинутих країнах світу на початку 1980-х років підприємницькі мережі використовувалися переважно для стимулювання конкуренції. Вони трактувалися як форми управління та організації виробництва, які давали змогу поєднувати

переваги великих і малих підприємств, під час чого останні успішно приймали участь у реструктуризації низки галузей економіки, що стає все більш актуальним в міру розвитку ринкових відносин. Необхідність налагодження ефективного бізнес-партнерства цих суб'єктів господарювання викликана особливостями сучасного етапу розвитку світової й вітчизняної економіки: глобалізацією господарських систем, зростаючою відкритістю (доступністю) ринків, обмеженістю ресурсів, впровадженням у практику ведення бізнесу інформаційних технологій, що постійно оновлюються.

Великі підприємства мають перевагу в можливості акумулювання значних ресурсів, які вони спрямовують на проведення масштабних досліджень, запровадження інновацій. Вони можуть забезпечувати значну економію на масштабах виробництва. Водночас на таких підприємствах у багатьох випадках виникають значні бюрократичні управлінські структури, відсутня мобільність в управлінні та загальмована реакція на сигнали ринку, що негативно впливає на ефективність їхньої діяльності. Отже, у підприємницьких мережах поєднуються переваги однієї та іншої форми організації та управління виробництвом. Підприємницькі мережі довели свою ефективність у багатьох галузях і багатьох країнах світу.

Так, однією з прогресивних форм роздрібною торгівлі, на даний час, виступають торгові мережі. Всесвітня мережева торгівля асоціюється з такими відомими гігантами, як, наприклад, Wal-Mart Stores Inc - американська компанія, заснована в 1962 році, яка на теперішній час є найбільшою торговою мережею у світі, котра об'єднує більш ніж 8000 магазинів, Metro AG – німецька компанія, майже 300000 співробітників якої працюють в понад 2100 магазинах компанії у 32-х країнах Європи, Африки та Азії, Carrefour SA - французька компанія роздрібною торгівлі, оператор однойменної роздрібною мережі, другий за величиною в світі після Wal-Mart.

Ключовою тенденцією сучасного розвитку торгівлі є глобалізація, проявом якої став вихід торговельних мереж за межі своєї країни та відкриття магазинів в інших країнах світу.

В Україні такі великі мережі тільки почали розвиватися. На сьогодні до найбільших за часткою у роздрібному товарообороті належать мережі торгово-промислової корпорації «Фоззі Груп» (4.2%), група компаній «Фуршет» (2.5%), ТОВ «АТБ-Маркет» (2.47%) і ТОВ «Квіза-Трейд» (2.12%). На ці чотири торговельні мережі в 2009 р. припадало 11.2 % роздрібного товарообороту підприємств України, а в загальному обсязі, включаючи оборот фізичних осіб-підприємців, лише 6.1 %. За результатами глобальних досліджень, проведених компанією CB Richard Ellis, Україна в 2011р. посіла 18-те місце в рейтингу країн, які розглядають транснаціональні компанії для експансії в 2012-13 рр.

Слід зазначити, що потужний вплив на розвиток торговельних мереж в країнах СНД і Україні, зокрема, мають наднаціональні фактори. Вони визначають характер майбутніх змін у структурі торговельної мережі й тому потребують ретельного дослідження. Значний вплив здійснюють наслідки світової фінансово-економічної кризи, які принципово змінюють характер конкурентної поведінки великих компаній, додаючи більшої виваженості в обґрунтуванні і прийнятті рішень щодо подальшого розвитку.

**Література:** 1. Волосюк, И. Формат ТЦ: индивидуализация или обобщение?/ И. Волосюк // Commercial Property. – 2006. – № 2. – С. 42-46. 2. Баткилина Г.В., Гахокидзе Н.С. Предпринимательские сети в системе интеграционных связей малых и крупных предприятий как фактор реформирования экономики // Бизнес предложения: Информационно-аналитический журнал.– 2005.– №6. – С. 34–39. 3. Селезнева И. Развитие мировых розничных сетей / И. Селезнева //Маркетинг. – 2010. – № 5. – С. 92–102 4. В какие страны хотят ритейлеры?//Новый маркетинг.–2012.–№2.–С. 12

**Балабанова О.І.,**

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту готельного, курортного і туристичного сервісу  
Бердянського державного педагогічного університету,  
м.Бердянськ, Україна*

## **ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЕЗОННИХ КОЛИВАНЬ ПОПИТУ**

Санаторно-курортна сфера України характеризується властивостями, які відрізняють її від інших галузей національного господарства. В умовах, коли характеристики попиту на