

11. Нугманов В.Ю. Реинжиниринг бизнес-процессов: основные понятия и определения / В. Ю. Нугманов // Известия высших учебных заведений. – 2011. – № 3. – С. 215-225.
12. Нужнова И.С. Эволюция понятия «реинжиниринг бизнес-процессов» / И.С. Нужнова // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2010. – № 1. – С. 133-140.
13. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М.: РИА «Стандарты и качество», – 2004. – 408 с.
14. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua)

Богданова Е.А.

Київський національний торговельно-економічний університет

РЕИНЖИНИРИНГ МЕХАНИЗМА БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Аннотация

В статье исследован генезис научной мысли о сущности реинжиниринга бизнес-процессов. Проведен анализ и определены тенденции развития банковского кредитования. Выявлено актуальные проблемы банковского кредитования и предложены способы их решения на основе концепции реинжиниринга. Впервые определены предпосылки и особенности проведения реинжиниринга механизма банковского кредитования. Обоснованы направления и методология реинжиниринга механизма банковского кредитования.

Ключевые слова: банк, кредитный механизм, кредитный портфель, оптимизация, реинжиниринг, трансформация.

Bohdanova C.A.

Kyiv National University of Trade and Economics

REENGINEERING OF BANK LENDING MECHANISM

Summary

This article explores the genesis of scientific thought about nature of business process reengineering. The author has analyzed and identified trends in bank lending. He has revealed urgent problems of bank lending and offered their solutions based on the concept of reengineering. For the first time were defined preconditions and features of reengineering of bank lending mechanism. The author grounded directions and methodology of reengineering of bank lending mechanism.

Keywords: bank, credit mechanism, loan portfolio, optimization, reengineering, transformation.

УДК 339.16012.23

ЕКОНОМІЧНЕ ТА СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ ТОРГІВЛІ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Бозуленко О.Я., Чварюк М.Д.

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Стаття присвячена аналізу торгівлі з точки зору специфіки її функціонування. В роботі визначено вплив ринкового середовища на сферу торгівлі. Означено функції торгівлі, які розкривають її сутність. Встановлено, що торгівля відіграє визначну роль у сталому розвитку національного господарства. Сформульовано основні завдання, які необхідно вирішити торгівлі на сучасному етапі.

Ключові слова: торгівля, ринок, економіка, економічне значення торгівлі, соціальне значення торгівлі, торговельне підприємство

Постановка проблеми. Сучасна національна економіка перебуває в умовах якісного зросту та соціальної спрямованості. В цих умовах під впливом ринкових чинників суттєво посилюється роль торгівлі у реалізації економічної та соціальної політики країни, зростає її вагомість у забезпеченні матеріальних, культурних і духовних потреб споживачів.

Завдяки демонополізації внутрішньої торгівлі, лібералізації і диверсифікації її діяльності, інтеграції у міжнародні зв'язки, торгівля набуває принципово нового значення, якісно змінюється вимоги до галузі, зростає її соціально-економічна роль.

Тому пошук шляхів подальшого розвитку торгівлі, які ґрунтуються на сучасних наукових дослідженнях, потребує постійної уваги та практичного регулювання.

Аналіз останніх досліджень. Проблему удосконалення та розвитку торговельної галузі висвітлювали у своїх роботах такі науковці як В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, О. І. Бланк, Н. О. Голошубова, Я. А. Гончарук, А. А. Мазаракі, В. В. Нікішкін, Л. О. Омелянович, С. Ф. Покропивний та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Постійна зміна ринкового середовища, багаточисельні світові та внутрішні економічні кризи

потребують переосмислення ролі торгівлі та висувають нові вимоги до умов її функціонування, забезпечуючи розширення споживчого ринку, збільшення обсягів продажів, покращення добробуту населення, гарантування соціальної стабільності тощо. Вплив торгівлі на соціально-економічний розвиток країни постійно зростає. Глобалізація товарного ринку, розширення міжгалузевих зв'язків, оптимізація попиту та пропозиції, досягнення науки та техніки в виробничій сфері зумовлює необхідність розробки теоретичних підходів до визначення місця торгівлі в соціально-економічній системі держави.

Мета статті. Метою статті є виявлення та обґрунтування сутності економічного та соціального значення торгівлі в умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Термін «торгівля» застосовується зазвичай до діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну з метою отримання прибутку. Головною метою торгівлі є задоволення або щонайменше прагнення до найбільш повного задоволення різноманітних потреб і запитів людини.

Торгівля в Україні однією з перших галузей народного господарства розпочала процес демонополізації економіки, що сприяло створенню конкурентного середовища і появи на споживчому ринку України незалежних суб'єктів господарювання різних форм власності.

Торгівля як невід'ємна частина національної економіки за своєю формою та суттю відноситься до складних соціально-економічних систем і виконує важливі завдання і функції [1, с. 30]. Відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»: «Торгівля – це будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари» [2].

Функції торгівлі визначені її сутністю як форми товарного обігу. До найважливіших функцій торгівлі належать:

- реалізація виробленої споживчої вартості (товарів). Виконання цієї функції з'єднує виробництво із споживанням;

- доведення товарів до споживачів. Виконання цієї функції забезпечує просторове переміщення товарів від виробників до споживачів, виконуючи при цьому ряд операцій (транспортування, зберігання) з продовження процесу виробництва у сфері обертання;

- сприяння балансу між попитом та пропозицією з одночасним активним впливом на виробництво стосовно обсягів, асортименту та якості товарів;

- скорочення витрат обігу у сфері споживання (затрат покупців на придбання товарів) шляхом удосконалення технології продаж, інформаційних послуг тощо);

- функції, що витікають із концепції маркетингу: розроблення товару, проведення ринкових досліджень, організація розподілу, формування ціни, організація служб сервісу тощо.

Специфіка торговельної діяльності, необхідність постійного забезпечення комфортного для покупців торгового процесу вимагає визначення та обліку сукупності факторів, що впливають на якісне виконання функцій торгівлі.

Останнім часом значний вплив на економічне середовище функціонування сфери торгівлі здійснюють трансформаційні процеси, що відбуваються в українській економіці, які охоплюють матеріально-технічний, технологічний, соціальний, економічний, організаційний, інноваційний та інші аспекти, які

різняються своєю направленістю, властивостями та індикаторами. Особливості різних аспектів розвитку визначаються спрямуванням цих процесів на здійснення економічних, соціальних, організаційних та інших функцій торгівлі [3, с. 6].

Розвиток галузі породжує нові функції торгівлі, притаманні для нинішнього ринку. Так, відмінною рисою поведінки сучасного споживача є консьюмеризм – всесвітній рух громадськості та державних органів на підтримку прав та можливостей споживачів у їхніх відносинах із виробниками та постачальниками товарів, робіт і послуг. Консьюмеризм все частіше розглядають як аналог споживання. Таке споживання, яке виходить за межі потреб для існування (виживання) людини, є однією з ознак сучасного суспільства, де товар втрачає свою функцію – задоволення потреби, і стає відповідною рисою статусу споживача. З цим безпосередньо пов'язана соціально-статусна функція торгівлі, виконуючи яку, торгівля пропонує купувати товари різним прошаркам суспільства в різних магазинах, що відповідають певному статусу. Наприклад, для бідних категорій населення – це магазини зі зниженими цінами, а для багатих – дороги супер та гіпермаркети або купівля за кордоном, де якість товарів і послуг значно вища [4, с. 166, 167].

Глобалізація економічних відносин змінила вигляд споживчого ринку, який характеризується збільшенням кількості товаровиробників, насиченістю товарами, інтенсифікацією конкурентного середовища, впливом торгівлі на соціальну сферу. Особливістю торгівлі є те, що це одна із галузей національної економіки, що визначається найбільш динамічним розвитком [5, с. 10], про що свідчать зокрема дані виконання роздрібного та оптового товарообігу торговельними підприємствами країни (табл. 1).

Таблиця 1
Динаміка обсягу товарообігу підприємств торгівлі України

Роки	Од. вим.	Товарообіг		
		Оптовий	Роздрібний	Разом
2005	млн. грн.	492506,2	94332	586838,2
2006	-/-	631175,2	129952	761127,2
2007	-/-	812160,5	178233	990393,5
2008	-/-	998578,2	246903	1245481,2
2009	-/-	817532,4	230955	1048487,4
2010	-/-	993695,8	280890	1274585,8
2011	-/-	1107283,4	350059	1457342,4
2012	-/-	1093290,8	405114	1498404,8
2013	-/-	1074753,2	433081	1507834,2

Джерело: [6]

Торгівля у великих об'ємах опосередковує економічний оборот; формує значну частину ВВП України; забезпечує працевлаштування населення (19,9% усіх працевлаштованих громадян України); є джерелом доходів як підприємців, так і найманих працівників (16,0% загальної кількості найманих працівників); сприяє реалізації соціальної політики країни, формує ринкове середовище, визначає масштаби і темпи економічного зростання. Торгівля посідає друге місце після промисловості за кількістю зайнятих та найманих працівників [7, с. 3; 8], проте частка заробітної плати у собівартості продукції досить низька (нижча за європейську у 4-5 разів), що стало одним із дієвих стимулів міграційних мотивувань працездатного населення.

Торгівля є економічним рушієм для всіх видів економічної діяльності в країні, забезпечує ефек-

тивні міжрегіональні зв'язки, підтримує вітчизняних товаровиробників, концентрує на своїх підприємствах значну частину національного багатства України [9, с. 23].

Оскільки більшість предметів особистого споживання проходить через торгівлю, то рівень її розвитку характеризує обсяг і структуру споживання. Через торгівлю здійснюється продаж предметів особистого користування населенню та надання йому послуг торговельними підприємствами. Таким чином за сприянням торгівлі відбувається обмін грошових прибутків споживачів на товари, які переходять в їх приватну власність із сфери виробництва й обігу до сфери індивідуального користування. Торгівля є посередником між виробництвом і споживанням. Вона акумулює вироблену чисельними підприємствами промисловості, індивідуальними підприємцями продукцію народного споживання та направляє її в торгову мережу для продажу. Торгівля інформує і впроваджує в споживання нові товари, виробництво яких тільки починається, які для споживача є ще невідомими або незвичними. Завдяки активному впливу торгівлі на виробництво поліпшується асортимент і якість товарів. Повніше задовольняючи попит споживачів на товари, торгівля сприяє підвищенню народного добробуту та стимулює високу продуктивність праці. Таким чином, розвиток торгівлі, будучи обумовленим рівнем і темпами розвитку виробництва товарів, здійснює вплив на промисловість, сільське господарство з одного боку, і на споживання людей – з іншого. Вдосконалення організації торгівлі, підвищення ефективності праці її робітників має чимале як економічне так і соціальне значення: заощаджується час покупців, підвищується культура їх обслуговування. Важливість торгівлі полягає в тому, що вона сприяє особистій матеріальній зацікавленості людей у підвищенні продуктивності праці, в збільшенні виробництва, у повнішому задоволенні потреб.

Разом з тим торгівля України має ряд невирішених проблем, а саме:

- невідповідність українського законодавства європейському, непогодженість і суперечливість регуляторних норм і регламентуючих документів;
- недосконалість розподілу функцій та завдань між центральними й місцевими органами виконавчої влади;
- значна частка тіньового ринку;
- недостатній розвиток форм самоорганізації бізнесу;
- нерівномірність розміщення торговельних об'єктів у містах і сільській місцевості;
- високий рівень порушень прав споживачів та ін. [10].

Враховуючи велике економічне та соціальне значення торгівлі, в Україні за дорученням Кабінету Міністрів, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, розпочало роботу над проектом Концепції реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі, реалізація якої дозволить забезпечити зростання обігу роздрібною торгівлю щороку на 2-6,5%, що, своєю чергою, підвищить надходження до державного й місцевих бюджетів щороку на 3,5-4 млрд. гривень. А також сприятиме збільшенню торговельних площ й чисельності додаткових робочих місць у сфері торгівлі (приблизно на 9%) через відкриття нових об'єктів роздрібною торгівлю, зокрема у сільській місцевості [10].

Торгівля як галузь господарської діяльності має розгорнуту мережу оптових і роздрібних підприємств, забезпечує зберігання, транспортування і реалізацію товарної продукції.

На сьогодні у структурі торговельних підприємств України переважають підприємства роздрібною торгівлю (44% від їх загальної кількості), 5% становлять підприємства оптової та роздрібною торгівлю автотранспортними засобами та мотоциклами, 17% – підприємства громадського харчування, 35% – інших видів економічної діяльності (рис. 1).

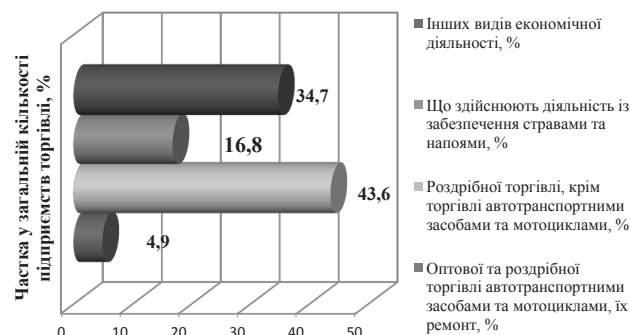


Рис. 1. Структура торговельних підприємств за видами економічної діяльності, станом на 01 січня 2014 року

Джерело: [6]

Підприємства роздрібною торговельною мережі складають біля 70% усіх основних фондів торгівлі. Забезпечення високого рівня організації роздрібною мережі є важливою умовою зросту соціально-економічної ефективності торгівлі. Саме тут завершується процес обігу товарів і доведення їх до споживача.

Від рівня організації і розвитку роздрібною торгівлю залежить якість торговельного обслуговування населення, темпи росту товарообігу, прискорення товарооборотності, прибутковості торговельних підприємств.

Серед позитивних змін у розвитку матеріально-технічної бази торгівлі можна відзначити запровадження сучасних торговельних технологій, створення роздрібних торговельних підприємств, які за рівнем культури обслуговування покупців відповідають вимогам європейських стандартів, а також вітчизняних торговельних мереж, що здійснюють торгівлю під власною торговою маркою, мають єдине стратегічне планування, централізоване управління, координацію та контроль, власний розподільний склад.

Виконуючи економічну та соціальну роль, торгівля потребує вирішення таких завдань:

- вибір оптимальної організаційно-правової форми торговельних підприємств, яка б здійснювала вплив на формування внутрішнього ринку і активізувала вітчизняного товаровиробника;
- створення умов для інтеграції господарської діяльності різних торговельних підприємств;
- визначення концепції розвитку різних видів і типів торговельних підприємств, у тому числі створення сучасних роздрібних і оптово-роздрібних мереж;
- поліпшення регулювання ціноутворення на соціально значущі товари та дитяче харчування;
- удосконалення нормативно-правової бази, яка регулює торговельну діяльність і захист прав споживачів;
- забезпечення ефективного контролю за якістю й безпечністю продукції тощо.

Висновки та пропозиції. Торгівля має важливе економічне та соціальне значення для розвитку національної економіки. Вона посідає провідне місце за обсягами реалізації товарів, є вагомим джерелом для створення валової доданої вартості, є джерелом поточних грошових коштів, а, відповідно, і фінансової стабільності держави, поєднує виробництво і

споживання, здійснює ринкове узгодження товарної пропозиції і споживчого попиту, створює нові робочі місця для населення, задовольняє потреби споживачів, сприяє скороченню витрат часу на пошук і придбання товарів тощо.

Головними завданнями у сфері торгівлі є розвиток конкурентного середовища підприємств тор-

гівлі; виважена цінова політика, в тому числі на соціально значущі продовольчі товари; залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій з метою створення сучасних об'єктів торгівлі; впровадження передових торговельних технологій; оптимізація соціальної, організаційної, функціональної і територіальної структури торгівлі.

Список літератури:

1. Організація торгівлі [Текст]: підручник / [В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін.]; за ред. В. В. Апопія. – [2-ге вид.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
2. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: [закон України: офіц. текст: із змінами на 15.10.2014 р. № 1669-18] // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – 08 серпня. – № 36.
3. Апопій В. В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій, Н. С. Ситник // Торговля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 13. – 134 с.
4. Аборвалова О. Н. Современная торговля: система социальных функций / О. Н. Аборвалова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 1(11). – С. 165-168.
5. Юрко І. В. Вплив глобалізації на роздрібну торгівлю України / І. В. Юрко, Л. В. Іржавська // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 3/3(17). – С. 10-13.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Система регулювання внутрішньої торгівлі України [Текст]: монографія / [В. В. Апопій, І. М. Копич, О. Г. Біла та ін.]; за ред. В. В. Апопія та І. М. Копича. – К.: Академвидав, 2012. – 424 с.
8. Верхоглядова Н. І. Роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства України [Електронний ресурс] / Н. І. Верхоглядова, Р. С. Шостак // Ефективна економіка. – 2012. – № 7. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1272>
9. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку [Текст]: монографія / [А. А. Мазаракі, О. І. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін.]; за ред. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2006. – 195 с.
10. У Мінекономрозвитку працюють над проектом Концепції реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=247785444

Бозуленко Е.Я., Чварюк М.Д.

Черновицкий торгово-экономический институт

Киевского национального торгово-экономического университета

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТОРГОВЛИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

Статья посвящена анализу торговли с точки зрения специфики ее функционирования. В работе определено влияние рыночной среды на сферу торговли. Означены функции торговли, раскрывающие ее сущность. Установлено, что торговля играет решающую роль в устойчивом развитии национального хозяйства. Сформулированы основные задачи, которые необходимо решить торговле на современном этапе.

Ключевые слова: торговля, рынок, экономика, экономическое значение торговли, социальное значение торговли, торговое предприятие

Bozulenko O.Ya., Chvaryuk M.D.

Chernivtsi Institute of Trade and Economics

Kyiv National University of Trade and Economics

ECONOMIC AND SOCIAL SIGNIFICANCE OF TRADE IN MARKET CONDITIONS

Summary

This article analyzes trade in the terms of its functioning specifics. The article determines the impact of the market environment in the area of trade. The functions of trade revealing its essence are defined. It is established that trade plays an important role in the sustainable development of the national economy. The basic issues to be solved in current trade are singled out.

Keywords: trade, market, economy, economic significance of trade, social value of trade, commercial enterprise