

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

Стаття присвячена дослідженню сучасних наукових підходів до розуміння регіональних аспектів стратегії розвитку торговельної сфери. Обґрунтовано доцільність акцентування уваги на інвестуванні регіонального торговельного комплексу в межах запропонованої стратегії.

Статья посвящена исследованию современных научных подходов к пониманию региональных аспектов стратегии развития торговой сферы. Обоснована целесообразность акцентирования внимания на инвестировании регионального торгового комплекса в пределах предложенной стратегии.

The article is sanctified to research of the modern scientific going near understanding of regional aspects of strategy of development of trade sphere. Expediency of accenting of attention is reasonable on investing of regional trade complex within the limits of the offered strategy.

Ключові слова: стратегія, регіон, торгівля, менеджмент, регіональний менеджмент.

Важливим моментом у формуванні економічної політики відносно визначення перспектив розвитку та створення передумов для підвищення ефективності регіонального відтворення, є визначення основних підходів до планування розвитку торговельної сфери регіону. Відмінності у стані економічного розвитку різних регіонів України, їх соціального становища та інфраструктурного забезпечення зумовлюють необхідність специфічного підходу до розробки й реалізації стратегії розвитку торговельної сфери кожного регіону.

Регіональний менеджмент торгівлі на практиці може бути застосований шляхом реалізації різних заходів, основним із яких є створення і розвиток регіонального торговельного комплексу. Проте така важлива складова методичної бази регіонального менеджменту торгівлі, як регіональні нормативи і показники розвитку торговельного комплексу, не розраховуються в повному обсязі. Зрозуміло, що це позбавляє регіональне планування тих об'єктивних критеріїв, якими воно могло б керуватись у своїй діяльності щодо розвитку торговельного комплексу регіону.

Варто зазначити, що питання розробки стратегії розвитку регіону, окремих підприємств торгівлі досить висвітлено у вітчизняній науковій літературі. Теоретичні дослідження окремих аспектів регіонального менеджменту мали місце в попередній період, зокрема у працях таких науковців та вчених, як М.А.Коваленко, Н.А.Кругла, С.А.Мельник, Т.Л.Миронова, Д.М.Стеченко та інших. Дослідженню стратегічних підходів присвячені окремі праці О.Г.Білоруса, Д.Г.Лук'яненка, З.В.Герасимчук, В.Б.Люткевич, М.І.Назарчук, А.М.Поручника, Ю.І.Стадницького та інших. Однак питання регіонального розвитку, що забезпечується шляхом розробки цілісної стратегії розвитку торговельної сфери регіону, на сьогодні ще недостатньо досліджено.

Проблем створення і розвитку регіонального торговельного комплексу, як і

у будь-якій сфері діяльності, існує багато. Вони певною мірою характерні для різних регіонів: малих та великих, адміністративних, економічних та геополітичних. Зокрема, низька доходність торговельної сфери обмежує розвиток внутрішнього ринку, купівельну спроможність населення і робить вкрай низьким попит на всі види товарів, окрім сільськогосподарської продукції. [1, с.895]

Недостатній рівень розвитку сфери торгівлі регіону, на наш погляд, значною мірою зумовлюється відсутністю стратегії її розвитку. Тому метою статті є дослідження сучасних наукових підходів до розуміння регіональних аспектів розвитку торговельної сфери та визначення основних напрямків формування стратегії розвитку регіонального торговельного комплексу.

Нерівномірність розвитку роздрібної та оптової торгівлі зумовлюється, насамперед, недостатністю фінансування. У розширенні (або звуженні) процесу інвестування важливу роль відіграють перепони, які перешкоджають цьому процесу. К.Р.Макконелл і С.Л.Брю, автори „Економікс”, виділяють три основні з них – це нестача самих інвесторів, нестача стимулів інвестування і нерозвиненість адекватної інфраструктури. [1, с. 895]

Нестача інвесторів в Україні полягає у відсутності підприємців, готових взяти на себе ризик, пов'язаний з новими інвестиціями. Подібний стан справ складається у результаті низького рівня кваліфікації робочої сили. Проблем створення і розвитку регіонального торговельного комплексу, як і у будь-якій сфері діяльності, існує багато. Вони певною мірою характерні для різних, малих та великих регіонів, як адміністративних, так і економічних та геополітичних. Зокрема, низька доходність торговельної сфери обмежує розвиток внутрішнього ринку, купівельну спроможність населення і робить вкрай низьким попит на всі види товарів, окрім сільськогосподарської продукції.

Основну мету стратегії розвитку сфери торгівлі регіону можна сформулювати як визначення основних напрямків залучення інвестицій у торговельний комплекс регіону для забезпечення регіонального розвитку. На нашу думку, стратегія повинна бути спрямована щонайменше на досягнення наступних основоположних цілей:

1. Економічні цілі стратегії розвитку сфери торгівлі регіону, що безпосередньо пов'язані з формуванням інвестиційного доходу або з досягненням інших економічних результатів інвестування у подальшій перспективі. За характером впливу на очікуваний результат їх можна поділити на:

✓ прями стратегічні цілі (підвищення темпів економічного зростання регіону; розвиток сфери торгівлі регіону з метою підвищення інвестиційної привабливості регіону; удосконалення фінансової та торговельної мережі);

✓ підтримуючі стратегічні цілі (реалізація заходів щодо сприяння розвитку сфери торгівлі регіону, у тому числі створення умов для відповідного інвестування; визначення основних напрямків залучення інвестицій; оптимізація розподілу коштів).

2. Позаекономічні цілі стратегії розвитку сфери торгівлі регіону пов'язані з вирішенням соціальних завдань регіону, забезпеченням екологічної безпеки, підвищенням статусу регіону, мобілізацією зусиль для розв'язання проблем найбільш відсталих територій (районів) регіону.

Для реалізації цілей та завдань стратегії потрібні скоординовані й цілеспрямовані зусилля всіх суб'єктів регіональної економічної діяльності у межах своїх реальних можливостей.

Розглянемо поетапно процес формування та реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону.

1. Формування концептуальних засад розвитку сфери торгівлі регіону доцільно здійснювати відповідно до загальної стратегії соціально-економічного розвитку регіону. При цьому концепція розвитку торговельної сфери має включати такі структурні елементи:

- ✓ усвідомлення потреби у розвитку;
- ✓ обґрунтування необхідності зміни основних напрямків розвитку сфери торгівлі регіону;
- ✓ визначення напрямку стратегічних змін;
- ✓ формулювання основної мети, якої потрібно досягнути у результаті змін;
- ✓ визначення цільових орієнтирів, принципів та завдань розвитку сфери торгівлі регіону;
- ✓ визначення послідовності дій плану розвитку.

2. Формування цільових орієнтирів розвитку сфери торгівлі регіону. Основною метою розвитку сфери торгівлі регіону є визначення основних напрямків залучення інвестицій у торговельний комплекс для забезпечення економічного зростання у регіоні. При цьому цільові орієнтири повинні охоплювати такі напрями регіонального розвитку, як сприяння суб'єктам ринку в успішній реалізації їх економічних інтересів, забезпечення юридичного, фінансового, страхового, контрольного обслуговування, підвищення якості надання послуг суб'єктам ринку, оптимальне використання можливостей торговельного комплексу регіону, розвиток галузей матеріально-технічного постачання, складського господарства, заготівель сільгосппродуктів тощо.

3. Аналіз зовнішніх факторів впливу на розвиток сфери торгівлі регіону. Формування стратегії розвитку сфери торгівлі регіону передбачає врахування дії зовнішніх факторів впливу на стійкість системи з метою попередження дестабілізуючих змін. Відповідно до окреслених напрямків необхідно

проаналізувати цільові пріоритети розвитку сфери торгівлі регіону загальнодержавним стандартам розвитку, місце економіки регіону у державі, особливості географічного та геополітичного положення регіону, його демографічну характеристику та інвестиційну привабливість.

Для гармонійного поєднання інтересів центру і регіонів необхідно посилити регулюючу роль держави в інвестиційних процесах на місцях. Адже поліпшення інвестиційного клімату в країні, пов'язане з активними інституціональними перетвореннями, позитивними зрушеннями у фінансовому секторі, відбивається на обсягах і структурі капітальних вкладень усієї економіки. Проте цілком очевидно, що інвестиційні можливості окремих регіонів різні.

4. Аналіз сильних і слабких сторін сфери торгівлі регіону, згідно із критеріями розвитку.

Існуючий потенціал сфери торгівлі Чернівецької області характеризується наявністю великої частки малого підприємництва у сфері торгівлі та послуг, реалізацією програми розвитку і підвищення якості торгівлі, наявністю значних виробничих потужностей, попиту та значним потенціалом продукції будівельної галузі, наявністю рекреаційних територій, привабливі природні умови, ріки, потоки, лісові комплекси тощо.

Водночас, основними факторами, які лімітують розвиток сфери торгівлі регіону, є погіршення фінансового стану підприємств та збитковість значної їх частини; недостатність обігових коштів; великі борги окремих підприємств, уповільнення темпів економічного зростання, нераціональне використання інвестиційних коштів, надзвичайна нерівномірність розвитку малого підприємництва в територіальному розрізі, низький рівень маркетингового, інформаційного та рекламного забезпечення бізнесу, в т.ч. у сфері інвестиційної діяльності.

Результати діагностики основних аспектів розвитку сфери торгівлі регіону використовуються у процесі визначення майбутніх стратегій. З точки зору формування стратегії сильні сторони повинні бути використані як основа для формування стратегії і конкурентної переваги. Якщо сильних сторін недостатньо для того, щоб сформувати на їх основі успішну стратегію, необхідно терміново створити базу, на якій ця стратегія повинна ґрунтуватись. В той же час успішна стратегія повинна бути спрямована на усунення слабких сторін, які будуть стримувати розвиток сфери торгівлі регіону або не дають використовувати сприятливі можливості.

5. Оцінка та вибір стратегічної альтернативи розвитку сфери торгівлі регіону. Для підвищення обґрунтованості визначення стратегічних альтернатив розвитку сфери торгівлі регіону та виявлення можливостей впливу на загальний економічний розвиток регіону як підставу доцільно використовувати

кількісну оцінку впливу обсягу інвестицій у сферу торгівлі на рівень економічного розвитку регіону.

Вибір та обґрунтування стратегічної альтернативи розвитку сфери торгівлі регіону повинні охоплювати усі її напрями. Однак, в умовах обмежених ресурсів, одночасно задовольнити потреби всіх напрямів неможливо, тому слід розробляти стратегії інвестування (що включають державні і приватні інвестиції), які б дали максимальний ефект. Для цього на основі результатів проведеного SWOT-аналізу визначаються пріоритетні напрямки інвестування сфери торгівлі регіону для досягнення оптимального ефекту.

Важливим питанням даного етапу є аналіз можливостей фінансування за рахунок держави та визначення основних напрямів, що можуть мати комерційний інтерес для недержавних інвесторів, а також визначення обсягу інвестицій, які слід залучити з недержавних джерел.

6. Реалізація стратегії розвитку сфери торгівлі регіону. Реалізація стратегії розвитку сфери торгівлі регіону повинна відбуватися у двох напрямках: адміністративному та економічному. [2, с. 470]

Адміністративний напрямок передбачає формування інвестиційної політики у сфері торгівлі регіону, розробку та впровадження механізму реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону, формування законодавчої бази регулювання процесів реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону та проведення необхідних інституційних змін.

Економічний напрямок передбачає формування фінансово-кредитного механізму реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону, здійснення структурних перетворень в економіці регіону з врахуванням екологічних та соціальних пріоритетів розвитку сфери торгівлі регіону, формування механізму мотивації для залучення приватних інвесторів, розподіл інвестиційних ресурсів регіону на фінансування інвестиційних проектів і на фінансування програм із залучення приватних інвестицій.

Варто відзначити, що як адміністративний, так і економічний напрямки реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону повинні включати:

- ✓ дослідження чинників, що впливатимуть на створення привабливості об'єктів інвестування для приватних інвесторів;
- ✓ визначення адміністративних та економічних інструментів, що можуть підвищити цю привабливість;
- ✓ визначення обсягу фінансування, необхідного для створення цієї привабливості.

7. Контроль за реалізацією стратегії розвитку сфери торгівлі регіону. Успіх реалізації даної розробленої стратегії залежить певною мірою від діючої системи контролю, який повинен здійснюватись протягом періоду дії стратегії і за змістом передбачає аналіз та оцінку виконання стратегічних заходів з точки

зору відповідності прийнятій стратегії та ступеня досягнення визначених цілей.

Враховуючи важливість питань організації контролю за реалізацією стратегії розвитку сфери торгівлі регіону, можна відзначити особливості та характерні процедури кожного етапу контролю реалізації стратегії. [3, с.242-246]

Етап 1. Визначення стандартів контролю за реалізацією стратегії розвитку сфери торгівлі регіону.

Визначення стандартів контролю за реалізацією стратегії розвитку сфери торгівлі регіону є досить складним та відповідальним завданням, від якого залежить власне система контролю. У спеціальній літературі стандарти визначаються як конкретні цілі [4], деталізація стратегічних цілей [5, с.220], „порогові“ значення результатів [6], „контрольні точки“ [7] або „критичні“ точки [8]. Перелік стандартів визначається такими факторами, як цілі розвитку сфери торгівлі регіону, стратегічні фактори успіху, специфіка стратегії, особливості зовнішнього середовища.

Етап 2. Визначення досягнутих результатів та їх порівняння зі встановленими стандартами.

У процесі порівняння фактичних результатів реалізації стратегії зі встановленими стандартами визначається абсолютне та відносне відхилення. У разі наявності відхилень між стандартами та фактичними показниками слід визначати, наскільки допустимі та відносно небезпечні для розвитку сфери торгівлі регіону виявлені відхилення. Саме тому найважливішим і найскладнішим завданням цього етапу є визначення масштабу допустимих відхилень між стандартами та фактичними результатами. [9, с. 244]

Етап 3. Формування коригуючих заходів.

При відхиленні фактичних результатів реалізації стратегії розвитку сфери торгівлі регіону від стандартів застосовуються певні дії, спрямовані на коригування процесу досягнення визначених цілей. Сукупність коригуючих заходів у системі стратегічного контролю доцільно ранжувати за їх спрямованістю:

- ✓ коригуючі заходи щодо усунення причин відхилення від стандартів;
- ✓ коригуючі заходи щодо самої стратегії. [9, с. 245]

При цьому система контролю за реалізацією стратегії розвитку сфери торгівлі регіону повинна базуватись за принципом попередження загроз функціонування системи, а не ліквідації наслідків. [3, с. 472]

Поетапна реалізація запропонованих напрямків формування стратегії розвитку сфери торгівлі регіонів, крім визначення пріоритетних напрямків інвестування для залучення приватних інвесторів, ще й стимулюватиме надходження іноземного капіталу. Розробка інвестиційних проектів сприятиме покращенню інвестиційного клімату та одночасно дасть стимул підвищенню продуктивності праці в окремо взятому регіоні.

У сучасних умовах стратегія розвитку сфери торгівлі кожного окремого регіону повинна розроблятися з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх (регіональних та загальнодержавних) чинників. Таким чином, проведене дослідження дає можливість зробити висновок, що запропонована стратегія розвитку сфери торгівлі регіону, з урахуванням вищезазначених та розглянутих чинників, є дієвим фактором сприяння економічному розвитку регіону.

Список використаних джерел:

1. Макконелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика [Текст] / К. Р. Макконелл, С.Л.Брю. – [Пер. с англ.14-го англ. изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 972 с.
2. Шпилевой К. О. Управление инвестиционным процессом в условиях рыночных реформ [Текст] / К. О. Шпилевой. – Одесса: Оптимум, – 2001. – 304 с.
3. Лук'яненко Д. Г., Герасимчук З. В. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія [Текст] / Д. Г. Лук'яненко, З. В. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 444-471.
4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента [Текст] / М. Х. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури. - [Пер. с англ.] – М.: Дело, 2000. – 704 с.
5. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: Курс лекцій [Текст] / В.Д.Маркова, С. А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2004. – 288 с.
6. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика [Текст] / У. Кинг, Д. Клиланд. – М.: Прогресс, 1982. – 397.
7. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
8. Кузнецов С., Рожков И. Долгосрочное планирование рынков в системе управления компанией [Текст] / С. Кузнецов, И. Рожков // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 2. – С.78-84.
9. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність [Текст] / В. В. Пастухова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.