

Лисовская Е. Л.
Крапивина Н. В.

Национальная академия Службы безопасности Украины

МОДЕРНИЗАЦИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Резюме

Исследованы теоретические вопросы реформирования украинской экономики как фактора обеспечения национальной безопасности в экономической сфере. Аргументирована необходимость активизации инновационно-инвестиционной деятельности в Украине для обеспечения экономической безопасности государства. Обоснованы приоритетные направления государственного регулирования и контроля в сфере реальной экономики.

Ключевые слова: государственное регулирование экономики, экономическая безопасность государства, инновационно-инвестиционная деятельность, модернизация экономики, национальная экономическая безопасность, налоговое стимулирование инвестиций, реальный сектор экономики.

Lisovska O. L.
Krapivina N. V.

Ukraine National Security Service Academy

MODERNIZATION OF UKRAINIAN ECONOMY'S REAL SECTOR AS A FACTOR OF ENSURING UKRAINE'S NATIONAL ECONOMIC SECURITY

Summary

The article examined the issues of Ukrainian economy reforming as a condition for ensuring national security in the economic sphere. The necessity to raise innovation and investment activities in Ukraine to ensure its economic security. Priority areas of government regulation in the real economy have been substantiated.

Key words: government regulation of the economy, economic security, innovation and investment, modernization of the economy, national economic security, tax incentives for innovation, the real sector of the economy.

УДК 339.378:338.242.4

Мазур О. Є.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ КОНСОЛІДАЦІЇ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Проаналізовано та надано оцінку рівню консолідації в роздрібній торгівлі України. Досліджено основні напрями антимонопольного регулювання роздрібних мереж. Надано рекомендації щодо ефективного обмеження монопольних тенденцій в торговельному секторі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, консолідація, регулювання, монополія.

Постановка проблеми. Однією з провідних тенденцій українського ринку роздрібної торгівлі на сучасному етапі є укрупнення і консолідація основних гравців. В умовах дедалі більшого впливу глобалізаційних процесів, поглиблення економічної кризи та посилення внутрішньої конкуренції торговельні підприємства зштовхнулися з проблемою поточного фінансування, яка може бути вирішена, в тому числі, і через активізацію поглинання та об'єднань. Водночас загальноприйнятою є думка, що консолідаційні процеси в торгівлі посилюють рівень монополізації, що зменшує здатність галузі до гнучкості, сприяє підвищенню цін та дає змогу крупноформатному бізнесу сповна використати переваги володіння ринковою владою. Відтак актуалізується потреба у дослідженні рівня консолідації в роздрібній торгівлі, визначення рівня її «небезпеки» для економічного розвитку та окреслення варіантів відповідних державних регуляторних заходів.

Аналіз останніх публікацій. Питання конкуренції та монополії в українській торгівлі розкривається в роботах багатьох вітчизняних вчених: Л. Дідківської, В. Апопії, І. Височин, О. Маслен-

нікова, Н. Голошубової, Л. Лігоненко та інших. Ці науковці розглядають широкий спектр проблем, пов'язаних з функціонуванням роздрібної торгівлі та трансформацією конкурентних відносин серед підприємницьких суб'єктів.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте дослідження і аналіз рівня концентрації в роздрібній торгівлі, а також наукове обґрунтування необхідності та методичних засад регулювання торговельних мереж дотепер не набули самостійного значення.

Мета статті – визначити рівень консолідованості роздрібного ринку в Україні та з використанням передового досвіду регулювання торговельних монополій надати рекомендації щодо обмеження їхньої діяльності.

Виклад основного матеріалу. Консолідація і конкуренція в роздрібній торгівлі можна розглядати як сполучені сосуди: що більше консолідація, то меншим є рівень конкурентної боротьби.

Серед усіх галузей економіки саме роздрібна торгівля є найбільш конкурентною, бо в ній зосереджена найбільша частка підприємств малого бізнесу – від 90 до 99% підприємств усіх розмі-

рів. Малі торговельні підприємства забезпечують близько 50% зайнятості торговельного сектору, а в товарообороті продовольчої роздрібною торгівлі частка малих підприємств становить: у Великобританії – 13%, Німеччині – 18%, Латвії – 26%, Чехії – 31%, Бельгії – 37%, Норвегії – 45%, Польщі – 48%, Росії – 58% [1]. Малі підприємства у конкурентній боротьбі з великоформатним торговельним бізнесом сповна використовують свої переваги: гнучкість, високу персоналізацію послуг, нішову орієнтацію ринкової стратегії, прив'язку до локальних ринків, поглиблене вивчення потреб споживачів тощо.

«Дзеркальним» відображенням конкуренції є концентрація ринку. В розвинутих країнах концентрація торговельного ринку може сягати 90-95%: в Німеччині частка найбільших торгових мереж в загальному товарообороті становить 80%, Норвегії – 95%, Словенії – 67%, Швейцарії – 63%, Швеції – 62%, США – 55%, Чехії – 49%, Португалії – 47% [1]. В Україні станом на кінець червня 2013 р. на ринку працювало більше 100 великих і дрібних продовольчих торгових операторів сучасного типу, а на топ-10 рітейлерів за величиною виручки припадало лише 23% від загального роздрібного обороту (табл. 1) (у 2011 р. – 22%) [2]. У кожному регіоні в середньому працювало по 10 таких компаній, найменша їхня кількість (по п'ять операторів) налічувалася в Хмельницькому та Сумах; найбільша (понад 30) – у Києві. Частка лідерів за сумарним роздрібним товарообігом в жодному з регіонів не досягала 40%.

Очевидно, за рівнем консолідації роздрібна торгівля України суттєво поступається країнам з розвинутою ринковою економікою.

Зростання оборотів компанії забезпечували переважно через розширення власної мережі шляхом відкриття нових магазинів [3]. Лише Auchan дотримувався стратегії оптимізації існуючих магазинів: у 2012 р. не з'явилося жодного нового магазину, а обсяг продажу зріс на 12%, що свідчить про ефективність рітейлера, який впевнено компанія продовжує просуватися на вищі щаблі рейтингу [4].

Зміцнення позицій мереж відбувалося не лише шляхом відкриття нових точок продажу, а й через купівлю, поглинання чи злиття з іншими компаніями (операції M&A), що сприяє підвищенню рівня консолідації торгівлі. Найбільш значущою M&A-угодою в сегменті продовольчого рітейлу у 2013 р. стала купівля групою Auchan мережі гі-

пермаркетів Real (входить до складу Metro Group) в Україні, Польщі, Румунії та Росії. У рамках угоди французький рітейлер придбав 91 гіпермаркет в чотирьох країнах [4]. У сегменті побутової техніки та електроніки, «Технополіс» в січні 2013 року придбав мережа побутової техніки та електроніки «Ельдорадо», збільшивши кількість магазинів до 165 і зайнявши за цим показником друге місце на ринку, а в квітні мережа з продажу мобільних телефонів «Алло» поглинула свого конкурента – «Мобілочку» [5]. Об'єднана компанія тепер налічує більше 900 точок продаж і контролює 50% ринку. Для порівняння: найближчий конкурент – ringoo – управляє лише 312 торговими точками. Російський роздрібний оператор «Мелон Фешн Груп» продав мережі магазинів Women Secret і Springfield естонському рітейлеру Karkat Fashion, а роздрібний оператор Argo придбав у компанії Maratex мережа взуттєвих магазинів Aldo [4].

У 2014 р. на продовольчому ринку України планується перша угода з об'єднання (поглинання), а не купівлі мереж: проводяться переговори про злиття мереж Spar і «Беконо» (20 торгових точок) та їх поглинання дніпропетровською мережею Varus [6].

Аналіз M&A-процесів показав, що інвестиційні і великі M&A угоди у сфері рітейлу поки що є нечастим явищем і викликають великий резонанс на ринку. Мережі продаються за ринковими цінами, але у більшості рітейлерів немає коштів для їх покупки. З іншого боку, іноземні мережі поки не цікавляться місцевим ринком, тому великі угод M&A радше виключення, ніж правило.

Проте деяка активізація, яка мала місце в цій сфері у 2013 р., дає підставу прогнозувати на найближчу перспективу загострення конкуренції і збільшення угод, спрямованих на посилення концентрації в галузі. Це супроводжуватиметься витісненням з ринку слабких, неефективних гравців. Головну роль на ринку злиття і поглинання, за експертними оцінками, відіграватимуть не зарубіжні, а вітчизняні мережі [7]. Ймовірно, що брак власних коштів змусить їх вдаватися до залучення до угод третьої сторони – банків та інвестиційних фондів. На кошти, виручені від реалізації інвестфондам часткою у власному бізнесі, вони будуть поглинати конкурентів. Не виключено, що купівлею продуктових мереж незабаром зацікавляться і великі фінансово-промислові групи.

Про гостроту конкуренції на ринку роздрібною торгівлі вже свідчить той факт, що кожного року

Таблиця 1

Лідери роздрібного ринку України в продовольчому сегменті

Місце у рейтингу	Компанія	Товарооборот, млрд грн (2012 р.)	Частка у загальному товарообороті торговельних мереж
1	Fozzy Group (мережі супермаркетів «Сільпо», дискаунтерів «Фора», гіпермаркетів Fozzy і делікатесних супермаркетів Le Silpo)	21,9	6,5%
2	«АТБ-маркет» (мережа м'яких дискаунтерів АТБ)	21,5	6,4%
3	«Metro Cash & Carry Україна» (мережа Metro, Metro база)	10,1	2,3 %
4	ЗАТ «Фуршет» (мережі «Фуршет», «Фуршет-Гурман», «Народний»)	5,1	1,5 %
5	ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет» (гіпермаркети «Ашан»)	5,1	1,5 %
6	ТОВ «Рітейл Груп» («Велика кишеня», «Велмарт», «Просто маркет», №1», «ВК Select», ВК Експрес»)	4,8	1,4 %
7	ТОВ «Таврія В» («Таврія В», «Космос»)	3,4	1,0 %
8	ТОВ «ЕКО» («Еко маркет»)	3,1	0,9 %
9	ТОВ «Амстор» (мережа «Амстор», «Амстор-експрес»)	3,1	0,9 %
10	ТОВ «Омега» (мережа Varus і Varus-маркет)	2,1	0,6%

Джерело: [2, 3]

припиняє діяльність декілька відносно крупних операторів. Проте оскільки їхня індивідуальна частка неспівмірна з частками лідерів ринку, то стратегічної розстановки сил в ритейлі не відбувається. Зокрема, у першому півріччі 2013 р. ринок продовольчого ритейлу України залишила збанкрутіла торгова мережа МАРС (Луганськ), у Сумській області припинила існування мережа магазинів «біля будинку» з назвою «Шара», в управлінні якої на кінець 2012 року перебувало 8 об'єктів, а київський ринок продовольчого роздробу покинула мережа «Анатоль-маркет» [4].

Підвищення консолідації ритейлу спонукає державу до забезпечення підтримання конкуренції як одного з визначальних факторів розвитку торгівлі. Конкурентний механізм є гарантією підвищення ефективності торговельних операцій і поліпшення якості торговельних пропозицій. В розвинених країнах підтримання конкуренції покладається на антимонопольне законодавство та керівний державний антимонопольний орган, який забезпечує його виконання. Саме роздрібна галузь є предметом особливої уваги з боку антимонопольних органів, позаяк цей ринок вважається стратегічно важливою компонентою економіки, що впливає на добробут населення (через ціни та рівень витрат домогосподарств) і розвиток інвестиційно-інноваційної активності та виробництва (через стимулювання виробництва попиту).

В Україні методологічні засади державної політики у сфері конкуренції визначено Законом «Про захист економічної конкуренції», а функції дотримання її принципів покладено на Антимонопольний комітет України. Забезпечення конкурентної політики в секторі вітчизняної роздрібно торгівлі чимало науковців убачає у необхідності впровадження окремо визначеного для мережових роздрібних операторів порогового рівня частки ринку та впорядкуванні адміністративними методами взаємних відносин між роздрібними операторами та постачальниками [8, с. 23].

Затвердження порогової ринкової частки базується на припущенні, що за умови перевищення її значення роздрібний торгівель застосує несправедливі відносно споживачів практики, які є джерелом отримання надприбутку [9, с. 10]. Прихильники домінуючої гіпотези стверджують, що висока концентрація ринку має очевидний і автоматичний наслідок – завищення цін гравцями. З метою захисту конкуренції і для попередження монополістичних тенденцій в ритейлі в багатьох розвинених країнах введені істотні обмеження на діяльність великого роздрібного бізнесу. Зокрема, у Великобританії будь-який проект площею більше 20 тис. м² повинен отримати схвалення глави відповідного міністерства, а в Ірландії існує заборона будівництва продуктових гіпермаркетів площею більше 3000 м² (3500 м² в Дубліні) [9].

Проте аналіз впливу концентрації роздрібно торгівлі на індекси роздрібних цін, проведений для ряду країн ЄС, США і Росії, засвідчив відсутність прямого зв'язку між зазначеними показниками [9]. Навпаки, в країнах з вищим рівнем консолідації ритейлу індекси цін мають нижчі значення, ніж в країнах, де найбільші роздрібні підприємства займають меншу частку ринку. Зокрема, в Норвегії з 95%-ю часткою провідних п'яти роздрібних операторів ціновий індекс станом на 2010 р. становив 107%, в Німеччині та Франції з однаковим рівнем концентрації 80% індекс цін дорівнював 106,6% та 106,1%, відповідно. Натомість, в Чехії, де п'ятеро найбільших

ритейлерів посідають 49% ринку, ціни виросли на 12,3%, а в США з 55% концентрації – на 10,2%. Виявлено також, що саме в найбільш розвинених країнах спостерігається найбільший рівень консолідації і, відповідно, найменший рівень інфляції.

Це дослідження показує, що сама по собі консолідація роздрібного ринку не призводить до зловживання ринковим положенням, тому пропозиція запровадження порогової частки для ритейлерів не має наукового обґрунтування і належить до категорії стереотипних припущень. Навпаки, тенденція збільшення крупних форматів мережової торгівлі в цілому є сприятливою для економіки, а введення надто низької порогової частки (як це зроблено в Росії, де заборонені угоди з купівлі чи будівництва нових торговельних об'єктів, якщо частка мережі в міському окрузі чи муніципальному районі перевищує 25%) штучно зменшує рівень інвестиційної привабливості галузі, внаслідок чого пригальмовується процес забезпечення населення сучасними торговельними форматами, а відтак і внутрішньогалузевий рівень конкуренції. Посилання на аналогічний досвід розвинених країн, які вводять такі обмеження, не є обґрунтованим, адже концентрація торговельного бізнесу в них у кілька разів перевищує вітчизняний рівень, тому подібні регуляції в Україні варто оцінити як такі, які випереджають час.

Більш ефективним засобом підтримання конкуренції вважається постійний моніторинг роздрібного ринку та діяльності компаній, який потрібно здійснювати силами відповідальних державних органів влади [1, с. 9]. Мета моніторингу – виявлення практик зловживання монополієм становищем та обмеження конкурентного середовища, визначених антимонопольним законодавством як загальні вимоги, незалежно від галузі. Зокрема, у Великобританії з 2000 р. було реалізовано понад 20 дослідницьких проектів, які стосувалися роздрібного ринку.

Відтак доцільно рекомендувати державним органам з регулювання роздрібно торгівлі в Україні не створювати додаткові, дискримінаційні для торговельного бізнесу, умови, а зосередитися на впровадженні механізмів дотримання підприємцями існуючого антимонопольного законодавства. Здійснення регулярного і прозорого моніторингу підприємств-монополістів на торговому ринку має стати засадничим інструментом і запобіжником недобросовісних конкурентних практик на ринку роздрібно торгівлі. З іншого боку, оскільки монополізація створює певні загрози для розвитку малого і середнього бізнесу, то за щораз вищої концентрації роздрібно галузі доцільно скерувати зусилля держави на активізацію розвитку інших роздрібних гравців з прошарку малого підприємства, проте зробити це без обмеження діяльності мереж. Це завдання представляється цілком реальним для здійснення, позаяк малий і крупний бізнес працюють для різних споживчих сегментів і застосовують різні стратегії господарювання. За такого підходу створюється найбільш ефективна структура роздрібного ринку, коли в одному географічному регіоні домінує 3-4 крупних оператора з високим рівнем операційної прибутковості, а решту ринку займають представники малого і середнього бізнесу [1].

Для вдосконалення державної підтримки малого бізнесу в Україні на початковому етапі потрібно провести системні реформи дерегуляції бізнесу, а коли в українському суспільстві будуть утверджені усі принципи системи відкритого доступу, стає

можливим реалізувати програми вибіркової підтримки розвитку малого підприємництва (за участі державного фінансування чи закордонної допомоги), які в широкому діапазоні практикуються в країнах ЄС.

Іншим напрямом регулювання торговельних мереж, який викликає підвищений інтерес в українському суспільстві, є обмеження деяких умов контрактації мережевого роздрібного бізнесу з постачальниками. З 2012 р. в стадії громадського обговорення перебуває законопроект, який вносить поправки до Закону «Про захист економічної конкуренції» і яким забороняється встановлювати додаткові вимоги постачальникам щодо умови розрахунків, порядку купівлі та продажу, типу та вартості послуг тощо [11]. Роздрібним мережам, вартість активів або річний обсяг реалізації товарів яких перевищує суму, еквівалентну 50 млн євро, фактично забороняється заробляти на операціях з просування товарів, надання маркетингових послуг, розміщення товарів на полицях та інших подібних операціях, котрі генерують 7-10% доходів ритейлерів [12]. Ці заходи спрямовані на захист постачальників (особливо з прошарку малого бізнесу), які не здатні забезпечити виконання надскладних умов ритейлу, а тому начебто штучно відстороняються від представлення в крупних мережах. В основі обмежень, таким чином, лежить ідея ліквідації владної асиметрії між роздрібними мережами і постачальниками, яка поглиблюється із збільшенням частки ринку роздробу та дає йому підстави встановлювати щораз складніші додаткові договірні умови постачальникам (бонусні платежі за вхід у роздрібну мережу, викладення товару на полиці, досягнення певного обсягу продажу; вимоги щодо максимального рівня цін, надання додаткових послуг за рахунок постачальника, гарантування певного рівня якості товару у сполученні зі штрафними санкціями). Зазначається, що це сприяє несправедливому перерозподілу доданої вартості на користь торговельного суб'єкта і обмежує доступ дрібних виробників до магазинних полиць.

Водночас «презумпція винуватості» мереж вважається аксіомою і не підтверджена жодними науковими дослідженнями. Про їхню необхідність свідчить той факт, що коли в Росії перед ухваленням аналогічного закону Вищою школою економіки були проведені глибокі дослідження конфліктності мереж і постачальників, то можливості домінування мереж над постачальниками не отримали явного підтвердження [10, с. 13]. Виявлено відсутність розуміння економічного змісту плате-

жів, що їх вимагають ритейлери від постачальників: зазвичай вони сприймаються лише як додаткові податки чи побори, а не як справедлива плата за послугу роздрібної мережі з надання обмеженого ресурсу (торговельної полиці, можливості продажу саме в цій мережі тощо). Було показано, що, всупереч існуючому стереотипу, маркетингові платежі найчастіше практикуються не малими, а саме крупними постачальниками, які самі зацікавлені в них як у засобі утвердження власних конкурентних переваг. Оскільки малі постачальники принципово не здатні виконати вимоги мереж, то відміна бонусних чи інших платежів не призведе до суттєвих змін. Встановлено також, що високий рівень роздрібних цін пояснюється не наявністю в них значної маркетингової складової, а низькою продуктивністю праці російського ритейлу та недостатнім розвитком виробничої інфраструктури.

Ігнорування владними органами РФ висновків, які отримали науковці, призвело до ухвалення обмежувального закону і, як і передбачали фахівці, спричинило прямо протилежні результати. Провідні учасники роздрібного ринку швидко адаптувались до нових умов, скоригували та уніфікували практики контракування і винайшли нові способи обійти законодавство. Відтак спроба відібрати у мереж ринкову владу сприяла консолідації гравців, які продовжили перерозподіл доданої вартості; постачальники не отримали жодних переваг; а на роздрібному ринку утворився ряд інституціональних пасток, породжених недостатністю конкуренції в галузі.

Висновки. Структурна та еволюційна схожість, яка спостерігається на російському та українському ринках роздрібної торгівлі, дає усі підстави вважати, що запровадження аналогічних обмежень в нашій країні не тільки не сприятиме формуванню цивілізованих відносин між ритейлерами та постачальниками, а й призведе до вкрай негативних наслідків. Потрібно зрозуміти, що основним джерелом конфліктності мереж і постачальників є не додаткові вимоги контрактації, а відсутність дисципліни при виконанні контрактів, тому акцент у проблемі, що розглядається, має бути перенесений з прямого обмеження чи заборони на вищий рівень – передусім, на забезпечення державою виконання договірних угод та захист прав контрагентів. А для захисту інтересів дрібних постачальників потрібно знижувати вартість їхнього адміністрування та підтримувати розвиток альтернативних каналів продажу – перш за все, споживчої кооперації.

Список літератури:

1. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2010 – 2015 годы и период до 2020 года. Москва, 2010. – 163 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minpromtorg.gov.ru/docs/mpt/orders/585>.
2. Стихийность становится цивилизованней [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kommersant.ua/doc/2324724>.
3. ТОП 10 продуктовых ритейлеров Украины по величине выручки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allretail.ua/topics/33872/>.
4. Розничные сети в рейтинге 50 ведущих компаний Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://retai.net/articles/ukraine-group/ukrainian_mcm/12594/.
5. Украинский рынок розничной торговли следует прошлогоднему тренду — сети наращивают количество точек продаж и оптимизируют затраты [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://retailstudio.org/article/25331>.
6. Varus поглотил сеть Spar [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allretail.ua/topics/35701/>.
7. До 2015 года количество торговых сетей существенно сократится — продуктовой рознице будет очень сложно зарабатывать прибыль». — И. Гут [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://retailstudio.org/article/24292>.
8. Голошубова Н. Развитие торговых сетей в Украине / Н. Голошубова // Товары и рынки. – 2011. – № 1. – С. 15–24.
9. Гребенюк Д.В. Совершенствование структуры каналов продаж на розничном рынке России [Електронний ресурс] // Д.В. Гребенюк // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1 (45). – С. 119–122. – Режим доступу : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4447>.

10. Радаев В.В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России / В. В. Радаев. М. : НИУ ВШЭ, 2011 — 384 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.e-reading.ws/bookreader.php/1010480/Radaev_-_Komu_prinadlezhit_vlast_na_potrebiteľskih_rynkah.html.
11. Проект Закона про внесення змін до Закону України «Про захист економічної конкуренції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=45104.
12. Ковальчук А. Крупным ритейлерам могут запретить взимать с поставщиков бонусы и плату за услуги [Электронный ресурс] / А. Ковальчук // Forbes. – 2013. – 12 ноября. Режим доступа : <http://forbes.ua/business/1360844-krupnym-ritejleram-mogut-zapretit-vzimat-s-postavshchikov-bonusy-i-platu-za-uslugi>.
13. Котельникова З.В. Особенности развития розничных сетей и торговых форматов в продовольственном секторе российской торговли в 2000-х годах (региональный аспект) / З.В. Котельникова // Мир России: Социология, этнология. – 2009. – Т. 18. – № 3. – С. 151–172.

Мазур Е. Е.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ КОНСОЛИДАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ УКРАИНЫ

Резюме

Проанализирован и оценен уровень консолидации в розничной торговле Украины. Исследованы основные направления антимонопольного регулирования розничных сетей. Даны рекомендации по эффективному ограничению монопольных тенденций в торговом секторе.

Ключевые слова: розничная торговля, консолидация, регулирование, монополия.

Mazur O. Ye.

Odessa I. I. Mechnikov National University

DIRECTIONS CONTROL OF CONSOLIDATION RETAIL UKRAINE

Summary

The level of consolidation of the retail trade in Ukraine is analyzed and evaluated. The basic direction of retailers antitrust regulation are investigated. Recommendations for effective restriction of monopolistic tendencies in the trade sector are given.

Key words: retail trade, consolidation, regulation, monopoly.

УДК 658.26

Макара О. В.

Чижевська Л. Т.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

У статті досліджено особливості енергокористування у Волинській області, проаналізовано досвід енергозбереження у європейських країнах, запропоновано перспективні напрямки оптимізації енергоефективності для умов Волині, що дасть змогу підвищити експортний потенціал регіону, конкурентоспроможність вироблених товарів і послуг. Окреслюються теоретико-методологічні аспекти і визначаються шляхи ефективного використання природних ресурсів.

Ключові слова: енергоресурси, енергозбереження, енергоефективність, паливно-енергетичний баланс, програми енергоефективності.

Постановка проблеми. У сучасних умовах попит на енергію постійно зростає як в галузях матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, в комунальному господарстві та побуті. Енергоефективність та енергозбереження є пріоритетними напрямками енергетичної політики більшості країн світу. Це зумовлено вичерпанням невідновлювальних паливно-енергетичних ресурсів, відсутністю реальних альтернатив їх заміни, наявністю ризиків щодо їх виробництва та транспортування. Розвинуті країни світу, які вже досягли значних успіхів у вирішенні проблем енергоефективності, продовжують пошук нових джерел енергозабезпечення та розробку заходів із енергозбереження, що є позитивним прикладом для України.

Досвід розвинутих країн і власний досвід України вказує на необхідність державного регулювання процесами енергозбереження та проведення цілеспрямованої державної політики. Лише держава шляхом виваженої законодавчої, гнучкої цінової, тарифної та податкової політики може забезпечити дієздатність фінансового механізму енергозбереження. В Україні діє схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. № 145-р «Енергетична стратегія України на період до 2030 року». Одним із шляхів реалізації Енергетичної стратегії є реалізація спільних проєктів з країнами Європейського Союзу щодо використання енергоресурсів завдяки раціональному їх споживанню, впровадженню енергозберігаючих технологій та обладнання, раціоналізації структу-