

можність вітчизняних виробників залишається низькою. Внаслідок підвищується загроза повторення сценарію 2005-2008 рр., коли споживчий "бум" попиту на імпортовані товари компенсувався за рахунок зростання світових цін на метал і припливу іноземних запозичень (до загального обвалу у другій половині 2008 р.) [5].

Умови ведення бізнесу в Україні характеризуються як несприятливі і мають тенденцію до погіршення, що зумовлено, зокрема [5]:

- високим рівнем корупції на всіх рівнях;
- закріпленням "всевладдя" крупного бізнесу, високим рівнем монополізації економіки і концентрації капіталу;
- постійним перерозподілом власності;
- посиленням фіскального та адміністративного тиску на неолігархічний бізнес (малий, середній, іноземний) і громадян.

Цілоком природно, що описана вище ситуація відлякує від України потенційних іноземних інвесторів. Це особливо небезпечно зараз, коли країна гостро потребує припливу іноземного капіталу і технологій аби вибратися із боргової кризи та пришвидшити соціально-економічний розвиток [5].

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна зазначити, що в 2009-2011 рр. вплив економічної кризи на загальний розвиток економіки, зокрема на інвестиційну діяльність в Україні, був негативним. Іноземні інвестиції на територію держави хоча й надходили, але у значно менших обсягах. Саме у 2009-2010 рр. чітко прослідковано тенденцію до репатріації капіталів з офшорних зон. Варто зазначити, що існує низка перешкод для надходження капіталу з-за кордону, проте держава намагається створити усі належні умови для збільшення потоків іноземного капіталу.

Література

1. Гринів Т.Т. Іноземні інвестиції в Україні в умовах кризи: стан і перспективи розвитку / Т.Т. Гринів. – 2010. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbu.gov.ua/portal/yanatural/Vnulp/Ekonomika/2010_683/14.pdf.
2. Гуткевич С.А. Умовляння іноземних інвестицій в економіку України. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nam.kiev.ua/ape/n_01_5-6/Gutkevich.htm.
3. Давидова Ю.О. Аналіз надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України / Ю.О. Давидова. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2010/Economics/65433.doc.htm.
4. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Економічна ситуація в Україні / Аналітика. – 2011. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.peoplefirst.org.ua/economicsituation>.
6. Звіт Державного агентства України з інвестицій та інновацій за 1 квартал 2010 року. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.in.gov.ua/index.php?land=ua&get=559&id=2452>.
7. Інвестиційний клімат України // Торговельно-економічне співробітництво. Можливості для бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.mfa.gov.ua/Kuwait/ua/28538.htm>.
8. Іноземні інвестиції в Україні в умовах кризи. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.new-politic.at.ua/pub/12-1-0-10>.
9. Основні економічні показники станом на 05.05.2010 р. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.bank.gov.ua>.
10. Прямі інвестиції в Україну. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/zd/zd_rik/zd_u/pi_07_u.html.

11. Самсонова К.В. Прямі іноземні інвестиції в Україну / К.В. Самсонова. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_10_3/stat_10_3/85.pdf.

Флейчук М.І., Будник А.В. Особливості посткризового інвестиційного процесу в Україні

Представлена обсяг характеристика інвестиційної діяльності в Україні за 2009-2011 гг. Проаналізовані обсяги привлечення іноземних інвестицій в економіку України за останні три роки. Розглянуто вплив фінансово-економічного кризису на інвестиційний процес в Україні.

Ключевые слова: фінансово-економічний кризис, прямые иностранные инвестиции, инвестиционный процесс.

Fleychuk M.I., Budnyk A.V. Features of the investment process in Ukraine after the crisis

The article deals with the general description of investment activity in Ukraine during the period 2009-2011. The volumes of foreign investments to the Ukraine's economy are analyzed over the past three years. The effect of the financial and economic crisis on the investment process in Ukraine is reviewed.

Keywords: financial and economic crisis, foreign direct investment, investment process.

УДК 339.187:684 Доц. А.В. Івануса, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Представлено основні аспекти формування ефективної збутової стратегії меблевих підприємств. Проведено аналіз особливостей меблевої продукції, її сприйняття споживачем та основних сегментів збутової стратегії підприємства: цінового сегменту, рекламного сегменту, організаційного сегменту, виробничо-конструкційного сегменту, екологічного сегменту.

Ключові слова: збутова стратегія, меблі, меблеве підприємство.

Одним з основних сегментів деревообробної промисловості є меблеве виробництво. Воно становить основу багатьох виробничо-технологічних циклів [5], а отже зумовлює використання (залучення до виробничого процесу) низки сировинно-матеріальних ресурсів, які є продукцією лісових, деревообробних, целюлозно-паперових, лісохімічних підприємств. Водночас, продукцією меблевих підприємств, що орієнтована на кінцевого споживача, є різноманітні меблі, які, відповідно до Національного класифікатора України, поділяються на такі групи (табл. 1).

Табл. 1. Класифікація видів продукції меблевого виробництва відповідно до Національного класифікатора України

Код	Назва товару
36.11.11	Меблі для сидіння спеціальні (переважно з металевим каркасом), шт.
36.11.12	Меблі для сидіння (переважно з дерев'яним каркасом), шт.
36.11.13	Меблі для сидіння інші, шт.
36.12.10	Меблі конторські (офісні) та для підприємств торгівлі, шт.
36.12.11	Меблі конторські (офісні) металеві, шт.
36.12.12	Меблі конторські (офісні) дерев'яні, шт.
36.12.13	Меблі для підприємств торгівлі дерев'яні, шт.

36.13.10	Меблі кухонні, шт.
36.14.10	Меблі металеві, шт.
36.14.11	Меблі дерев'яні для умеблювання інтер'єру житлових приміщень, шт.
36.14.12	Меблі дерев'яні, шт.
36.14.14	Меблі пластмасові та з матеріалів інших (в т.ч. очерету, лози, бамбука та матеріалів аналогічних), шт.
36.15.11	Каркаси матраців, шт.
36.15.12	Матраци, шт.

Не менш важливою класифікаційною ознакою, яка обумовлює особливості сприйняття меблів кінцевим споживачем за їх ергономічними, естетичними та функціональними властивостями, є класифікація за експлуатаційним призначенням (рис.).

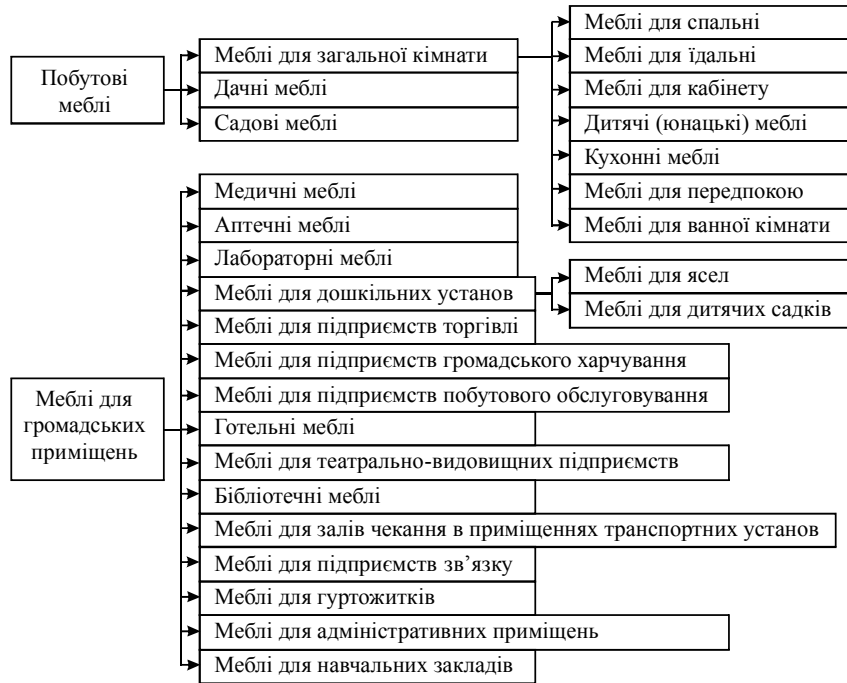


Рис. Класифікація меблів за експлуатаційним призначенням [3, с. 8]

Враховуючи наведені особливості продукції меблевих підприємств, зазначимо, що основним її завданням є якнайширше задоволення потреб споживачів, адже купуючи меблі, люди фактично реалізують свої базові потреби. Так, за результатами дослідження компанії "Ембавуд" [1, с. 28], першими базовими потребами, які задовольняють нові меблі, є потреба в затишку, красі, економічності, комфорті, статусі. Незалежно від комплекту, люди купують не просто меблі, а ті функції, які вони виконують, задовольняючи потреби господаря. Другий "комплект" потреб, які мають задовольнити придбані меблі, – це потреби у дизайні, ергономіці, доступній ціні. Усі ці фактори нап-

ряму впливають на покупку. І нарешті, після того, як покупець переконався, що усі його потреби будуть задоволені, перед покупкою він оцінює бренд, місце розташування магазину, сервіс. Необхідно враховувати також відмінності смаків споживачів різних географічних частин світу (табл. 2).

Табл. 2. Відмінності смаків споживачів європейських та азійських країн щодо меблів [1, с. 29]

Дизайн	Європа	Азія
	Сучасний	Класичний, традиційний
Матеріал	Екологічно чистий	Якісний
Колір	Більш світлий	Більш темний
Ціна	Доступна	Доступна
Ергономіка	Зручні	Місткі
Обслуговування	Мінімальне	Повне
Меблі для мене	Зручність, мода	Статус, краса

На основі ґрунтовного аналізу властивостей меблевої продукції та особливостей її сприйняття споживачем, в контексті повноти рівня задоволення його базових потреб і повинна формуватись збутова стратегія меблевих підприємств.

Збутова стратегія – це сформований комплекс процедур щодо просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання і обробка замовлень, комплектація та підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб і транспортування до місця продажу або призначення) та організацію розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків з покупцями за відвантажену продукцію) [4]. Вона поєднує низку структурних сегментів, основними з яких, на наш розсуд, є: *ціновий, рекламний, організаційний, виробничо-конструкційний, екологічний*.

Вагомою особливістю формування цінового сегменту є, на наш погляд, диверсифікація цін за принципом розмежування їх функцій: презентаційні ціни → оптові ціни → роздрібні ціни. Кожна з цих груп має своє призначення і зумовлює можливість коригування цінової політики відповідно до особливостей співпраці з кожним клієнтом зокрема.

Рекламний сегмент зумовлює необхідність формування торгової марки ("бренду") та реалізації активної політики щодо його просування до кінцевого споживача. Лише така активна модель поведінки підприємства на ринку дає змогу йому потенційно отримувати відповідні вигоди. Організаційний сегмент базується на поступовому формуванні ефективної дилерської мережі, яка забезпечує можливість швидкого просування продукції до кінцевого споживача та покращення рівня її сприйняття.

Виробничо-конструкційний сегмент передбачає формування такої системи ергономічних, естетичних та функціональних властивостей продукції, які б загалом зумовлювали високий рівень її якості, а отже і конкурентоспроможності. Екологічний сегмент зумовлює необхідність позиціонування меблевої продукції як "зеленої" ("green") з дотриманням спектра екологічних вимог, відповідно до принципу "екологічно чисте виробництво" → "екологіч-

но чиста продукція" → "екологічно чистий товарорух" [2]. Це дає змогу виходити на зовнішні "екологічно чутливі" ринки і формувати там власний стратегічний сегмент господарювання.

Системний розвиток кожного з наведених сегментів та їх збалансоване поєднання дає змогу сформуванню ефективної збутової стратегії кожним меблевим підприємством, яка б забезпечувала змогу розширення стратегічного сегменту господарювання та отримання відповідних вигід.

Література

1. Експортні можливості ринків Азії // Меблеві технології. – 2011. – № 7 (78). – С. 28-29.
2. Івануса А.В. Методологічні основи побудови екологічно орієнтованої системи виробничих зв'язків підприємств лісопромислового комплексу : монографія / А.В. Івануса. – Львів : ТзОВ "Ліга-Прес", 2011. – 180 с.
3. Класифікація // Про меблі. – 2005. – № 4 (13). – С. 8.
4. Надтока Т.Б. Удосконалення збутової політики підприємства коксохімічної промисловості в умовах вступу до СОТ на основі соціального підходу / Т.Б. Надтока, А.Ю. Жигуліна. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_5_3/098-102.pdf.
5. Шаблій О.І. Лісопромислові комплекси Української РСР. Питання теорії моделювання / О.І. Шаблій. – Львів : Вид-во "Вища шк.", 1973. – 198 с.

Івануса А.В. Особенности формирования эффективной сбытовой стратегии мебельных предприятий

Представлены основные аспекты формирования эффективной сбытовой стратегии мебельных предприятий. Проведен анализ особенностей мебельной продукции и ее восприятия потребителем. Также представлен анализ основных сегментов сбытовой стратегии мебельных предприятий: ценового сегмента, рекламного сегмента, организационного сегмента, производственно-конструкционного сегмента, экологического сегмента.

Ключевые слова: сбытовая стратегия, мебель, мебельное предприятие.

Ivanusa A.V. Features of construction of effective sale strategy by furniture enterprises

In this article, present the basic aspects of construction of sale strategy by furniture enterprises. It is analysed the furniture products and perception of furniture products by a user. Also it is offered the analysis of basic segments by sale strategy of furniture enterprises: price segment, advertising segment, organizational segment, production-construction segment, ecological segment.

Keywords: sale strategy, furniture, furniture enterprise.

УДК 630*6:346.54

Доц. А.І. Карпук, канд. екон. наук –
НУБіП України, м. Київ

РЕНТНА ОЦІНКА ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ У РИНКОВИХ УМОВАХ

Обґрунтовано ефективний рівень платежів за користування лісовими ресурсами на основі рентного підходу. Визначено основні фактори, які впливають на рентну вартість деревостанів. На прикладі Добрянського лісового господарства проведено оцінку рентних платежів заготовленої деревини.

Ключові слова: ринкове регулювання, рентна вартість, лісокористування, лісові ресурси

У ринковій економіці значення рентних платежів під час лісокористування істотно зростає. З одного боку вони повинні, стимулювати ділову ак-

тивність і раціональне використання лісосировинних ресурсів, з іншого – забезпечувати в інтересах всього суспільства вилучення лісової ренти повною мірою. На теперішній час роль регулятора лісокористування, згідно з податковим кодексом України, виконує попнева плата, яка виконує суто фіскальні функції. Для значної частини лісових ресурсів попневу плату відносять на фінансові результати лісогосподарських підприємств: вона збільшує собівартість лісозаготівель, знижує рентабельність лісозаготівельної діяльності.

З іншого боку, для низки лісогосподарських підприємств, які ведуть лісозаготівлі на рентабельних лісосіках, лісові податки хоча і збільшують собівартість, але не набагато. За рахунок кращої породно-розмірної структури насаджень і сприятливого розміщення лісосік лісогосподарські підприємства отримують рентний дохід, тобто понаднормативний прибуток. Держава як власник лісосировинних ресурсів повинна повністю забирати цей прибуток.

На теперішній час часткове вилучення ренти в Україні здійснюється за допомогою попневої плати на деревину. Проте для більшості сортиментів заготовленої деревини попнева плата не відповідає рентній природі доходу лісокористувача і не забезпечує повного вилучення понаднормативного прибутку. З огляду на це особливого значення набувають дослідження щодо обґрунтування оптимальної плати за користування лісовими ресурсами.

Мета дослідження. Обґрунтувати ефективний рівень платежів за користування лісовими ресурсами на основі рентного підходу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження проблеми визначення ефективних платежів за користування лісовими ресурсами в умовах переходу до ринкових відносин здійснювало широке коло вітчизняних і російських науковців, зокрема В. Голян, Я. Коваль, І. Синякевич, О. Фурдичко, І. Юхновський, М. Хвесик, В. Холявка, С. Починков, Н. Чупров, Н. Большаков та ін. Проте подальші дослідження щодо обґрунтування платежів за користування лісовими ресурсами обумовлюються необхідністю повного вилучення лісової ренти та справедливого розподілу доходів серед лісогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. В основу плати за лісокористування має бути покладений найбільш об'єктивний метод оцінювання природних ресурсів – оцінка на основі природної ренти. Це стосується більшості природних ресурсів, зокрема і лісових.

Рента, по суті, – це залишкова вартість, яка визначається різницею між товарною вартістю ресурсу, розрахованою у цінах внутрішнього ринку і витратами на заготівлю і транспортування цієї деревини, включаючи підприємницький прибуток. Тому чим багатша країна, чим розвиненіша її транспортна мережа, чим коротша відстань транспортування, тим рентабельніша заготівля і переробка деревини, тим вища рента.

Рентну оцінку деревних ресурсів на корені в ринковій економіці проводять за відомою формулою:

$$R_d = \frac{Ц_{CP}}{1 + P/100} - C_d - Z_{mp},$$