

приводить до реструктуризації галузей. Підвищення вимог споживачів потребує постійного урахування їх інтересів та запитів, що приводить до змінення кінцевих потреб.

Бурхливе та всеосяжне розповсюдження інформаційних технологій створює можливості скорочення ланцюжка цінностей.

Діяльність фірм змінюється в напрямку розширення меж діяльності, створення міжфірмових мереж, підвищення ролі людських ресурсів. Окрім того, підприємства повинні ураховувати об'єктивне скорочення життєвих циклів товарів і послуг. За умов скорочення життєвих циклів товарів для підприємств важливим стає не домінування в існуючих товарних сегментах, а створення нових продуктів та швидкість їх експлуатації.

Багато спрямованість та розширення діяльності пов'язані з необхідністю підприємств створювати конкурентні переваги відносно продуктів, послуг, методів бізнесу тощо.

Ефективність діяльності фірм на сучасному етапі пов'язана не з умінням конкурувати, а з умінням співпрацювати з конкурентами й іншими контрагентами. Це спонукає підприємства до створення міжфірмових мереж.

Отже, за сучасних умов тільки системний підхід, що базується на комплексному урахуванні чинників і тенденцій розвитку зовнішнього середовища, дозволить забезпечити дійсно стійкі конкурентні переваги будь-якому суб'єкту господарювання.

Список використаних джерел

1. Диніна К. Стратегія формування конкурентних переваг [Електронний ресурс] / К. Диніна. – Режим доступу : <http://personal.in.ua/article.php?ida=639>.

І.В. Соломаха, канд. екон. наук, доц. (*ЧНТУ, Чернігів*)

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗДРІБНОЇ МЕРЕЖІ ПІДПРИЄМСТВ ФЛОРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ МІСТА ЧЕРНІГОВА

Однією з найважливіших складових інфраструктури регіонального ринку флористичної продукції є мережа оптових та роздрібних підприємств флористичної продукції, оскільки для швидкокопсувної квіткової продукції головного значення набуває час від її зрізу до моменту продажу кінцевому споживачу. На Чернігівському ринку присутні всі форми збутових підприємств: підприємства оптової

торгівлі, місцеві квіткові ринки, кіоски на зупинках, супермаркети, магазини квітів спеціалізовані флористичні салони, садові центри та Інтернет-магазини. На флористичному ринку міста Чернігова функціонує тільки 3 підприємства – юридичні особи: компанія «Епіцентр К», яка в своєму складі має сучасний садовий центр площею 4860 м²; ТОВ «Агропартнер», у складі якого працюють 6 спеціалізованих магазинів під торговельною маркою «Світ рослин»; Чернігівське комунальне ремонтно-будівельне підприємство «Зеленбуд», яке, крім основної діяльності, займається вирощуванням та продажем квіткової розсади для організацій та населення. Всі інші підприємства роздрібної торгівлі продукцією квітникарства належать фізичним особам-підприємцям і мають форму сімейного бізнесу. Характеристика збутових операторів Чернігівського ринку представлена в таблиці.

Таблиця

Порівняльна характеристика роздрібної мережі підприємств флористичної галузі міста Чернігова (на 01.07.2012 р. та 01.07.2015 р.)

Показник	Одиниця виміру	2012 рік	2015 рік	Темп зростання
1	2	3	4	5
Усього підприємств роздрібної торгівлі флористичної галузі	шт.	101	127	125,7
Кількість працівників	осіб	202	218	107,9
Торговельна площа	м ²	9622	10030	104,2
Кількість магазинів, що продають живі зрізані квіти	шт.	84	98	116,7
<i>Розрахункова частина</i>				
Середня торговельна площа 1 роздрібного підприємства	м ²	95,3	79,0	82,9
Торговельна площа на 1000 осіб населення	м ² /1000 чол	32,4	34,1	105,3
Коефіцієнт щільності розміщення РТМ стосовно населеності (на 1000 осіб насел.)	шт./1000 чол.	0,34	0,43	126,5
Коефіцієнт щільності розміщення РТМ стосовно території регіону (на км ²)	шт./км ²	1,29	1,63	126,4

Продовження табл.

1	2	3	4	5
Середня кількість населення, що припадає на 1 РТП	чол./1 РТП	2937	2315	78,8
Середня площа, що охоплюється 1 торговцем	км ²	0,77	0,61	79,2
Питома вага магазинів, що продають живі зрізані квіти	%	83,2	77,2	92,8
<i>з них:</i> – частка підприємств, забезпечена холодильним обладнанням для квітів	%	25,0	33,7	134,8
– питома вага магазинів, що надають послуги флористики	%	29,8	39,8	133,6
Питома вага магазинів з сучасними методами продажу	%	25,7	29,6	115,2
Частка магазинів, що працює у безперервному режимі	%	38,6	51,2	132,6
Частка магазинів з цілодобовим режимом роботи	%	3,0	4,1	136,7
Частка магазинів, що мають сайт в Інтернеті	%	11,9	26,5	222,7
Частка магазинів, що мають свій фірмовий стиль / елементи	%	29,7	37,8	127,3

Не зважаючи на складні економічні умови підприємства флористичного ринку поступово розвиваються. За 2012–2015 роки загальна кількість підприємств у місті Чернігові збільшилась на 25,7% і склала 127 підприємств, них 98 роздрібних підприємств продають живі зрізані квіти, з яких: 33,7% – забезпечені холодильним обладнанням для зберігання квітів; 39,8% – надають послуги флористики; 51,2% – працюють у безперервному режимі; 37,8% – мають свій фірмовий стиль або його елементи.

Останні роки підприємства флористичної галузі активізували роботу по організації інтернет-магазинів, інтернет-вітрин або сторінок в соціальних мережах. До 2007 року тільки два підприємства мали свої електронні представництва, в 2012 році – це 11,9% від загальної кількості роздрібних підприємств галузі, а в 2015 році – 26,5%.