

Ярослава Проковська

студентка 2СТН курсу спеціальності

076 “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність ”

Науковий керівник: **Л.М. Чорнобай,**

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНИХ РОЗДРІБНИХ МЕРЕЖ

Останнім часом великого значення набувають роздрібні мережі, які забезпечують споживачам можливість швидко, зручно, з мінімальною витратою сил і часу придбати потрібні товари і послуги в умовах вільного вибору і широкого асортименту, недалеко від місця роботи або проживання, в потрібну годину та певної кількості. Через постійне вдосконалення форм та методів торгівлі, уніфікацію товару, конкуренцію, зміну ознак, фактори впливу на роздрібну торгівлю та її класифікацію, доцільно з часом уточнювати класифікаційні ознаки, характеристики і вимоги до сучасних форматів магазинів для більш прибуткової їх діяльності.

1) Складові елементи роздрібно-торговельної мережі представлені найрізноманітнішими видами та типами роздрібних торговців: торговельними комплексами, центрами, магазинами, дрібно-роздрібними одиницями, торговими автоматами, пунктами продажу, поштою і віртуальними електронними мережами, ресторанами, кафе, їдальнями, барами, комбінатами обслуговування, салонами мод, ательє, перукарнями, пунктами побутового обслуговування, ринковими комплексами, ринками, 32 їхніми філіями, майданчиками для ведення дрібно-роздрібно-торгівлі, аптеками, аптечними ятками, готельними комплексами, готелями, мотелями, кемпінгами, прокатними ательє та пунктами тощо [1].

Слід зазначити, що в Україні відсутня систематизована класифікація роздрібних підприємств. Існує три підходи до систематизації типів, видів та форматів роздрібних підприємств: західна, російська та українська. Вони

відрізняються своїм наповненням, тобто класифікаційними ознаками, які застосовуються, та конкретизацією (визначенням) існуючих форматів.

2) Ураховуючи проведені дослідження підходів до класифікації роздрібних підприємств та визначення класифікаційних ознак, доцільно розробити систему класифікаційних ознак для подальшої класифікації роздрібних торговельних підприємств, серед яких: місце розташування; товарна спеціалізація; розмір торговельної площі; характер процесу обслуговування; номенклатура послуг; типовий набір торговельно-технологічного устаткування; форма продажу товарів; кількість брендівих товарів; рівень цін; основний сегмент покупців. Таким чином в подальшому доцільно сформувати систематизовану класифікацію підприємств роздрібної торгівлі та розробити матрицю ідентифікації форматів роздрібної торгівлі [2].

Особливістю сучасної роздрібної торгівлі в Україні являється перехід до інтенсивного типу її розвитку, збільшенню та інтенсифікації роздрібних мереж, експансії глобальних закордонних суб'єктів торгівлі, загостренню конкуренції між крупними роздрібними мережами. Роздрібний товарооборот в даний час формується, в основному, комерційними організаціями та підприємцями, які здійснюють свою діяльність в стаціонарних мережах.

Роздрібна торгівля перетворюється в один із основних факторів, який відображає рівень життя населення та ефективність функціонування економіки країни. В даний час перед роздрібною торгівлею визначені великі завдання, які передбачають необхідності структурної перебудови роздрібних торгових мереж, вирішення проблем, пов'язаних із збільшенням кількості підприємств та їх розміщення.

3) Для того, щоб розібратися як структуризований роздрібний ринок, необхідно класифікувати організаційні форми, які використовуються в сучасній роздрібній торгівлі. На сьогодні виникла плутанина, по-перше, через змішання різних класифікацій – української та західних, офіційної і неофіційної, а по-друге – відсутністю жорсткого контролю за дотриманням стандартів та розмитістю

торгових форматів в господарській практиці, які не дають можливість провести чіткі межі [3].

Роздрібна торговельна мережа має важливе значення у будь-якій економічній моделі. Економічне значення полягає в раціональній організації завершального етапу кожного окремого циклу суспільного виробництва, забезпеченні швидкого і стабільного доведення товарів до споживачів, здійсненні мобільного кругообігу грошових коштів.

Для ефективного функціонування роздрібних підприємств необхідна наявність спеціально обладнаних приміщень, пристосованих для зручності обслуговування покупців, формування торгового асортименту і можливості його швидкої зміни відповідно до споживчих запитів. Так, у Державному стандарті України ДБН В 2.2. – 23:2009 «Будинки і споруди. Підприємства торгівлі» від 01.07.2009 р. надається визначення понять та обов'язкові вимоги до приміщень роздрібною торгівлі в залежності від їх класифікаційної відповідності, а саме: асортименту, площі, форми обслуговування та особливості будівлі.

4) Завдяки збільшенню кількості роздрібних мереж, загальної стратегії маркетингу торговельного підприємства, правилам їх розташування, впливу економічної ситуації регіону та споживацької поведінки відбувається переорієнтація споживачів на формат невеликих магазинів, які охоплюють різні сегменти ринку [4].

Отже, велика кількість роздрібних мереж України націлена на формат магазину «дискаунтер» через низку причин, а саме: ціни нижче за ринкових завдяки мінімізації витрат на персонал та на обслуговування приміщень; просту викладку товарів, рекламу; зручне розташування для споживачів; середню якість продукції, що максимально відповідає запитам цільових сегментів; високий товарообіг, який дає змогу при менших площах досягати більшого обороту з квадратного метра, ніж, наприклад, у супермаркетах. А також формуючи механізм державного регулювання торговельних мереж необхідно обґрунтовано підходити до параметрів, на які розповсюджується регулюючий вплив (регулювання цін, націнок на товари, поріг індивідуального домінування, відносин мереж та постачальників

тощо), оскільки досвід сусідніх країн свідчить про неефективність заходів обмеження діяльності торговельних мереж у вигляді заборон. Адже витрати суспільства із розвитку конкуренції через зниження адміністративних бар'єрів є більш продуктивними й ефективними, ніж витрати із введення обмежень для бізнес структур, що отримали ту чи іншу ступінь ринкової влади.

Обговорення проблематики форматів торгівлі є необхідною задачею для створення класифікації, у тому числі й видів роздрібною мережі, що допомагає суспільству розвиватися.

Список використаних джерел

1. Апопій В.В. Соціально-економічні підходи до нормування розвитку роздрібною торговельною мережі. *Серія економічна*, випуск 23 Львів. Видавництво ЛКА. 2006. С. 230 – 236.
2. Апопій В.В. Структурні трансформації в системі торгівлі. *Економічні системи* : монографія [за ред. Г. І. Башнянина]. Л. : ЛКА, 2006. 484 с.
3. Павлова В.А., Гармідер Л.Д. Типологія торговельних підприємств і модель формування їх кадрового потенціалу URL: <http://trade.donnuet.dn.ua/download/2012/34/Pavlova.pdf>.
4. Чорнобай Л.М. Місце кооперації у забезпеченні інфраструктурного обслуговування сільськогосподарських підприємств. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»* 2013. С.120-129.
5. Іванишин В. В. Стратегія розвитку сільського господарства через призму впровадження сучасних технологій. *Техніка АПК*. 2005. № 10-11. С. 6.
6. Наш завтрашній день. Пошук шляхів управління розвитком області: колективна монографія / [Б. М. Андрушків, О. Б. Бойко, Н. Б. Кирич, І. А. Кінаш, Г. Х. Мельник, Л. М. Мельник, У. М. Митник, В. А. Паляниця, О. Б. Погайдак, І. І. Стойко, Р. П. Шерстюк]; за заг. ред. Б. М. Андрушківа. Тернопіль : ТЗОВ «Терно-граф», 2015. 196 с.