

8. Лук'янець Т. Маркетингова політика комунікацій: [навч. посібник] / Т. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 214–236.
9. Пилипчук В. Розвиток директ-маркетингових послуг в Україні / В. Пилипчук, А. Попоян // Маркетинг в Україні. – 2002. – № 5. – С. 48–50.
10. Примак Т. Аналіз українського ринку маркетингових комунікацій / Т. Примак // Маркетинг в Україні. – 2003. – № 2. – С. 8.
11. Суркова Е. Основи маркетинга: [учеб. пособие] / Е. Суркова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 152 с.
12. Фегеле З. Директ-маркетинг. 99 практических советов, как найти потребителя / З. Фегеле; пер. с нем. – М.: Интерэксперт, 1999. – С. 256–258.
13. Direct Selling News. 2015 DSN Global 100 List [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://directsellingnews.com/index.php/view/2015_dsn_global_100_list#.VtsHoea2bIU.
14. Kotler P. Marketing management / P. Kotler, K. Keller [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf.
15. Light at the End of the Beauty Tunnel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://beauty packaging.com/heaps/view/980/1>.
16. Representing direct selling in Europe. Annual report 2014–2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://seldia.eu/images/annual_report/Seldia_AR2015_web.pdf.
17. Retail sales share of the global direct selling industry 2012–2014 by region [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://statista.com/statistics/293115/retail-sales-share-of-the-global-direct-selling-industry-by-region>.
18. World Federation of Direct Selling Associations. Annual report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wfdsa.org/documents/library/annual-report-2015.pdf>.

Аннотация. В статье раскрываются современные вопросы развития теории прямого маркетинга как современного инструмента маркетингового влияния на потребителя. Проанализированы мировые тенденции развития прямых продаж, ежегодные объемы продаж и темпы роста. Рассмотрен вопрос разграничения понятий прямого маркетинга и прямой продажи. Сформулированные рекомендации относительно сохранения лидирующих позиций компании на рынке.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, прямой маркетинг, прямая продажа, товарооборот, потребитель.

Summary. In article modern questions of development of the theory of direct marketing as modern instrument of marketing influence on the consumer reveal. World tendencies of development of direct sales, annual sales volumes, growth rates are analyzed. The question of differentiation of concepts of direct marketing and direct sale is considered. The formulated recommendations concerning preservation of the leading positions of the company in the market.

Key words: marketing communications, direct marketing, direct sale, commodity turnover, consumer.

УДК 339.166:339.37

Марков Б. М.

кандидат економічних наук

Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

Markov B. M.

PhD in Economics

Alfred Nobel University in Dnipropetrovsk

РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

RETAIL DEVELOPMENT: THEORETICAL ASPECTS

Анотация. У статті досліджено сучасні теоретичні аспекти розвитку роздрібною торгівлі продовольчими товарами. Розглянуто сучасні способи організації роздрібною торгівлі продовольчими товарами. Побудовано схему забезпечення товаропросування продовольчих товарів.

Ключові слова: роздрібна торгівля, продовольчі товари, розвиток, конкуренція, методи.

Вступ та постановка проблеми. Сучасне суспільство розвивається в умовах численних загроз. Так, нерівномірність виробництва та споживання продуктів харчування, недостатній розвиток сільськогосподарського виробництва є передумовами проблем з продовольством і формують продовольчу небезпеку. І, навпаки, продовольча безпека залежить від функціонування та розвитку ринків продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції.

Ринки, на яких здійснюється торгівля, забезпечують ефективний розподіл продовольчих товарів, а їх розвиток залежить від рівня розвитку виробничо-комерційних відносин провідних економічних суб'єктів, рівня платоспроможності споживачів, використання маркетингових підходів тощо. Негативно на розвиток торгівлі продовольчими товарами впливають кризові явища, диспаритет інтересів продавців, посередників і споживачів та інші чинники.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні вітчизняні дослідження О. Азарян, В. Апопія, М. Белявцева, О. Горбенко, Н. Міценко, А. Савощенко та інших присвячені структурним трансформаціям торгівлі, соціально-економічним та методологічним проблемам формування й розвитку продовольчого та непродовольчого ринків. Водночас у дослідженнях напрямів розвитку роздрібно тор-

гівлі недостатньо уваги приділяється вивченню форматів роздрібно торгівлі, визначенню параметрів, які характеризують роздрібно торгівлю продовольчими товарами.

Мета статті – вивчення теоретичних аспектів розвитку роздрібно торгівлі продовольчими товарами в Україні.

Результати дослідження. Торгівля як галузь народного господарства займає провідне місце у системі відтворення, тому що:

по-перше, забезпечує товарний обіг та еквівалентний обміну товарів у формі купівлі-продажу для задоволення потреб споживачів – фізичних та юридичних осіб [1, с. 115];

по-друге, забезпечує підтримку товаровиробників та сприяє підвищенню конкурентоспроможності як товарів, так і підприємств [2, с. 5];

по-третє, формує валовий внутрішній продукт та впливає на акумулювання коштів в державному та місцевих бюджетах [7, с. 42];

по-четверте, підтримує збалансованість виробництва і споживання на основі співвідношення попиту та пропозиції [9, с. 38];

по-п'яте, забезпечує населення товарами та послугами і тим самим сприяє підвищенню якості життя [10, с. 14].

Функціонування торгівлі як системи забезпечується раціональною організацією, певними організаційними відносинами, активними діями зі сторони економічних суб'єктів [3, с. 33], які являються важливими чинниками розвитку торгівлі. Як правило, рух товарів відбувається на товарному ринку, інфраструктура якого сприяє «взаємодії між виробниками і споживачами, попитом і пропозицією. Від того, наскільки чітким є цей механізм, значною мірою залежить ефективність функціонування всієї економіки країни» [16, с. 248].

Споживчий ринок України на сучасному етапі характеризується різноманітністю, складністю і динамічністю технологій виробництва, багаторазовим збільшенням кількості суб'єктів господарювання, він насичений величезною кількістю різноманітних товарів, асортимент яких постійно і швидко оновлюється, розширюється, поповнюється і поглиблюється. Така ситуація, без сумніву, є позитивною ознакою становлення ринкової економіки країни. Упродовж останніх десяти років торговельна мережа, через яку здійснюється збут продовольчих товарів, суттєво змінилася. Наприклад:

1) на зміну універсамам і гастрономам (які забезпечували 90% роздрібно торгівлі продовольчими товарами) прийшли мережеві підприємницькі утворення (супермаркети, торговельні мережі, фінансово-промислові групи, холдинги, консорціуми тощо);

2) ефективним засобом реалізації продовольчих товарів є мережна форма організації, яка має стратегічну мету, єдиний центр та принципи управління, спільну ресурсну базу, використовує передові технології [18, с. 218].

Нині торговельними мережами називають об'єднання бізнес-одиниць, які:

по-перше, здійснюють торгівлю товарами (переважно продовольчими та товарами першої необхідності);

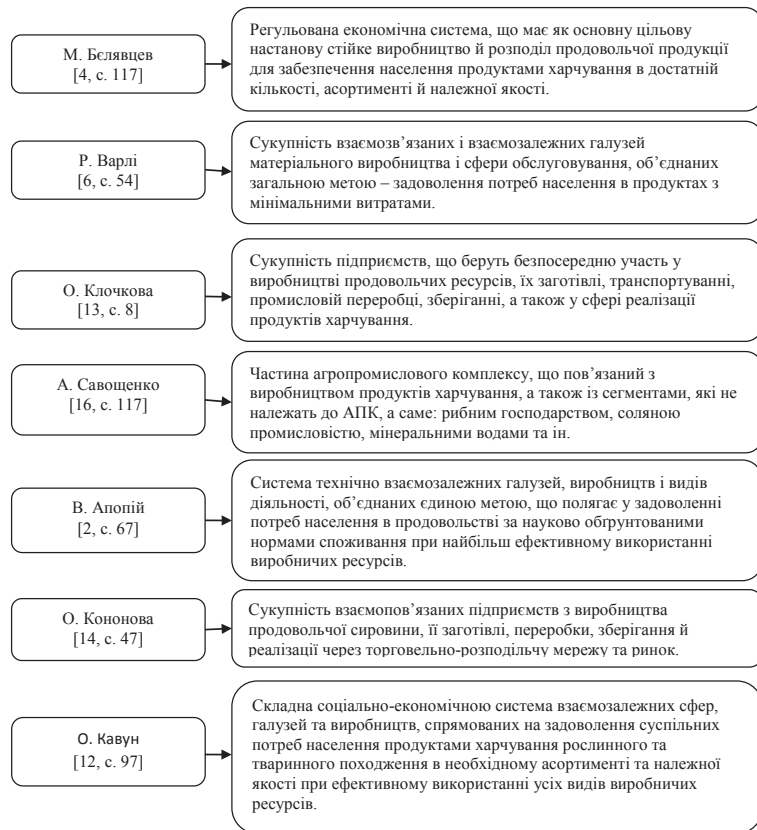


Рис. 1. Різноманітність трактувань поняття «продовольчий комплекс» у науковій економічній літературі

Джерело: авторська розробка

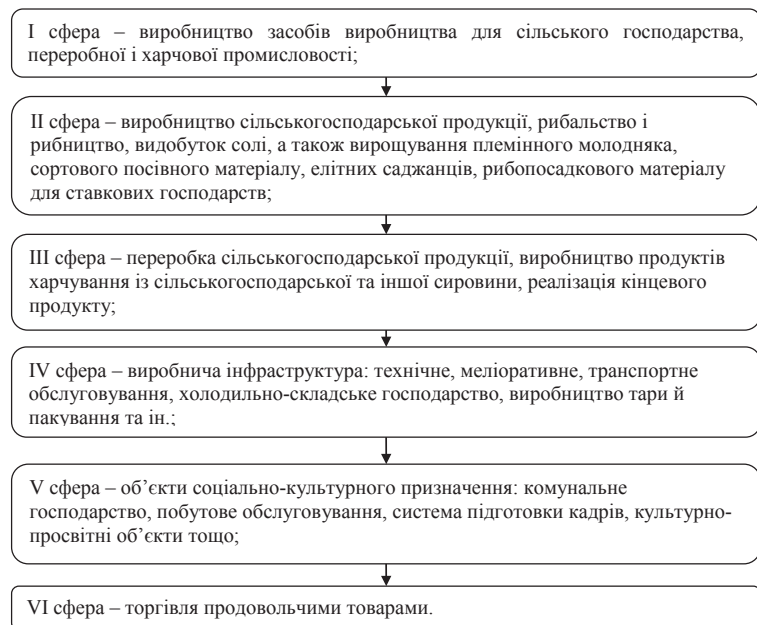


Рис. 2. Схема забезпечення товаропросування продовольчих товарів

Джерело: побудовано автором на основі [17, с. 252]

по-друге, розміщені у різних населених пунктах (районах міст), але мають єдиний центр управління;

по-третє, бізнес-єдиниці мають єдину назву, спільну ресурсну базу, асортиментну і цінову політику тощо.

Варто відзначити, що роздрібний ринок України в цілому та в напрямі продуктової торгівлі має стрімкий розвиток як за кількістю торгових мереж, так і за форматами торгівлі.

Зокрема, О. Горбенко зазначає, що дослідження з питань привабливості певних форматів магазинів для споживачів є необ'єктивними, тому що розглядаються як об'єкти нерухомості. І досі існує плутанина відносно ознак класифікації форматів. Це, відповідно, не дає змогу отримати чіткі дані про роздрібний ринок України і сформувати уявлення щодо потенціалу його розвитку [8, с. 60]. Науковець пропонує власні погляди на класифікацію форматів роздрібно торгівлі і включає до неї: гіпермаркети, супермаркети, економні супермаркети, склад-клуби, класичні супермаркети, магазини біля дому, продовольчі відділи, гастрономи, цілодобові магазини, магазини при АЗС, дискаунтери, аптеки, магазини засобів гігієни та косметики, магазини алкогольної продукції, винні бутіки та паби, булочні, кондитерські магазини, магазини здорової їжі, магазини замороженої продукції, кіоски, торгові автомати, автолавки, комбіновані продовольчі та аптечні магазини, будівельні магазини, універсами, Cash & Carry, оптові продажі з доставкою, продуктові послуги, товари для дітей, магазини побутової техніки та електроніки [8, с. 60–61].

Найважливішим елементом системи життєзабезпечення людини і населення країни є продовольство. Існують різноманітні трактування поняття «продовольчий комплекс». Різnobічність думок щодо розуміння поняття продовольчого комплексу наведено на рис. 1.

В економічній літературі термін «продовольчий ринок» найчастіше означає ринок сільськогосподарських підприємств, що виробляють продукцію, яка має кінцевого покупця без переробки або служить сировиною для підприємств харчової промисловості [19, с. 67]. Економічна сутність продовольчого ринку полягає у взаємопов'язаному функціонуванні галузей і структур, об'єднаних спільною метою – виробництвом високоякісних продуктів харчування, доведенням їх до споживача, забезпеченням раціонального споживання, створенням державних продовольчих фондів [9, с. 47].

Отже, наше трактування продовольчого комплексу зводимо до того, що останній є складною соціально-економічною системою взаємозалежних сфер, галузей та виробництв, спрямованих на задоволення суспільних потреб населення продуктами харчування рослинного та тваринного походження в необхідному асортименті та належної якості при ефективному використанні усіх видів виробничих ресурсів.

Ринок продовольчих товарів умовно ділиться на чотири сфери – сфера товарообігу, сфера логістики складування та транспортування, сфера зовнішніх зв'язків, сфера державного регулювання. Остання впливає на функціонування трьох попередніх сфер за допомогою органів влади, які розподіляються на органи влади із загальними та спеціальними компетенціями. Виявлено, що механізм та інструменти регулювання органами влади ринку продовольчих товарів не завжди є узгодженим, і між ними існує дублювання функцій і повнова-

жень. Дублювання виявлено у реалізації державної політики у сфері земельних відносин, водного господарства, екологічного середовища, тому пропонуємо внести зміни до законодавчих актів для ліквідації дублюючих функцій.

Зокрема, схема забезпечення товаропросування продовольчих товарів наведена на рис. 2.

Вищенаведений підхід до визначення складу продовольчого комплексу не дозволяє окреслити його межі досить чітко. У цьому випадку продовольчий комплекс за своїми масштабами і структурою дещо збігається з межами економіки в цілому, оскільки лише деякі галузі не працюють на виробництво продуктів харчування.

За останні 20 р. у державі сформувалася якісно нова система торгівлі, ринкова за своєю суттю та функціональна за характером. У цій сфері завершився процес демонополізації. Частка державної власності в торгівлі нині складає біля 2%, а переважаючою стала приватна форма власності [5, с. 143]. Проте, незважаючи на значні досягнення, сучасна торговельна галузь України має цілу низку проблем, що заважають її успішному розвитку та виконанню основного завдання – забезпечення населення товарами та послугами. Окремі автори [15, с. 251] пропонують розрізнити декілька етапів розвитку роздрібно торгівлі в Україні (див. рис. 3).

Отже, на сучасному етапі розвитку внутрішньої торгівлі України відбуваються складні процеси та глибокі трансформації: демонополізація, лібералізація, структурна перебудова, економічна інтеграція, інтернаціоналізація оптового і роздрібно торгівлі, а також глобалізація, по суті, усіх внутрішніх товарних ринків [11, с. 15].

Висновки. Дослідження еволюції формування та розвитку продовольчих ринків на національному та регіональному рівнях дозволило ідентифікувати основні періоди його становлення та розвитку в період незалежності

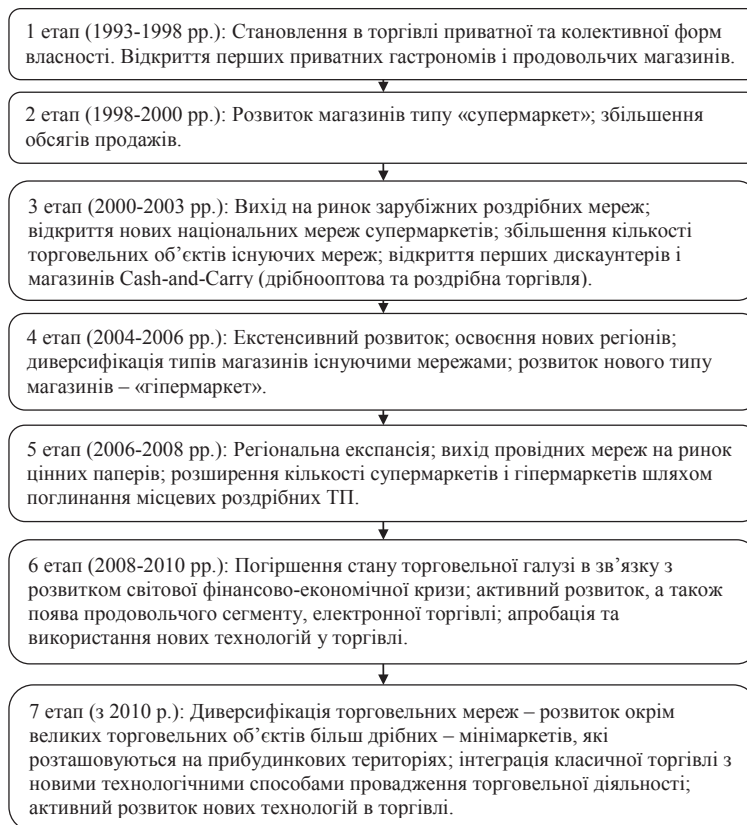


Рис. 3. Основні етапи розвитку роздрібно торгівлі в Україні

Джерело: побудовано автором на основі [15, с. 253]

України: пострадянський період (формування ринкової інфраструктури, господарських структур на засадах різноманітності форм власності, ринкових засад аграрної політики та державного механізму регулювання ринку); перехідний період (формування конкурентного середовища, активізація експорту продовольчих товарів, становлення фінансово-кредитної системи забезпечення основних про-

довольчих галузей та формування ринків основних видів сільськогосподарської продукції, посилення локального монополізму переробної промисловості); сучасний період (поява оптових ринків, інтенсивний розвиток торговельних мереж, розвиток зовнішньоторговельних зв'язків, недосконалість системи державного регулювання продовольчого ринку).

Список використаних джерел:

1. Азарян О. Організація і технологія торгівлі: [навч. посібник] / О. Азарян, Е. Локтев, В. Оліфіров. – Донецьк: Дмитренко, 2007. – 528 с.
2. Апопій В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В. Апопій, Н. Ситник // Торговля, комерція, підприємство: збірник наукових праць. – Львів: Львівська комерційна академія, 2012. – Вип. 13. – С. 5–9.
3. Белоусова Н. Специфика коммерческой деятельности на промышленных предприятиях / Н. Белоусова, Я. Радюкова // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 4 (050). – С. 33–35.
4. Белявцев М. Инфраструктура товарного рынка: [навч. посібник] / М. Белявцев, Л. Шестопалова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 410 с.
5. Вавдійчик І. Дослідження основних тенденцій забезпечення підприємств роздрібною торгівлю України товарними ресурсами / І. Вавдійчик // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). – С. 143–146.
6. Варли Р. Основы управления розничной торговлей / Р. Варли, М. Рафик. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2005. – 456 с.
7. Волосюк І. Формат ТЦ: індивідуалізація или обобщение? / І. Волосюк // Commercial Property. – 2006. – № 2. – С. 42–46.
8. Горбенко О. Ринок продуктової роздрібною торгівлю в Україні: формати, мережі, розвиток / О. Горбенко // Молодий вчений. – 2015. – № 9. – Ч. 1. – С. 59–66.
9. Гребенюк М. Система органів державної влади у сфері забезпечення товаропросування продовольчих товарів за законодавством України / М. Гребенюк // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2010. – № 7 (105). – С. 38–48.
10. Григорьев С. Продовольча безпека та особливості її формування на рівні регіонів / С. Григорьев // Економіка харчової промисловості. – 2015. – № 1 (25). – С. 13–18.
11. Дзюбенко Н. Соціально-економічне прогнозування розвитку продовольчого ринку в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Н. Дзюбенко; Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2014. – 23 с.
12. Кавун О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування / О. Кавун // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5 (107). – С. 97.
13. Ключкова О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / О. Ключкова. – Х., 2011. – 20 с.
14. Кононова Е. Торговое многообразие / Е. Кононова, Е. Микитенко, М. Копиленко // Новый маркетинг. – 2004. – № 12. – С. 47–52.
15. Михаліцька Н. Тенденції розвитку торговельного підприємництва в Україні / Н. Михаліцька, Х. Цвайг // Вісник Донецького національного університету. Серія «Економіка і право». – 2015. – Вип. 1. – С. 248–253.
16. Савощенко А. Инфраструктура товарного рынка: [навч. посібник] / А. Савощенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
17. Сенишин О. Сутність та структурно-функціональна характеристика продовольчого комплексу України / О. Сенишин // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 4. – С. 250–255.
18. Управление розничным маркетингом / под ред. Д. Гилберта; пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
19. Янишин Я. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві / Я. Янишин, Ю. Кашуба // Економіка АПК. – 2013. – № 9. – С. 67–70.

Аннотация. В статье исследуются современные теоретические аспекты развития розничной торговли продовольственными товарами. Рассмотрены современные способы организации розничной торговли продовольственными товарами. Приведена схема обеспечения продовольственными товарами.

Ключевые слова: розничная торговля, продовольственные товары, развитие, конкуренция, методы.

Summary. The article examines theoretical aspects of modern retail groceries trade. Groceries and modern methods of groceries retail trade have been considered. The scheme of providing the commodity food promotion is defined.

Key words: retail trade, groceries, development, competition, methods.