

Olshanskiy, O.V. (2013), "Measures to increase competitiveness in tourism profile" [*Zahodi z pidvishennya konkurentospromognosti pidpriemstv tyristichnogo profilu*], *Economic strategy and prospects for the development of trade and services* [Ekonomichna stratehiya i perspektivy rozvytku sfery torhivli ta posluh: *zb. nauk. pr.*], KhDUKhT, Kharkiv, No. 1 (17). P. 1, pp. 291-297.

**Ольшанський Олександр Васильович**, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та туризму, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, 61051, Україна, Тел.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

**Ольшанский Александр Васильевич**, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности и туризма, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, 61051, Украина Тел.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

**Olshanskiy Oleksandr**, PhD. Sc. Associate Professor of management of foreign economic activity and tourism department, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkiv, 61051, Ukraine, Tel.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації канд. екон. наук Л.М. Яцуном, канд. екон. наук, В.М. Селютінім.*

*Отримано 1.08.2014. ХДУХТ, Харків.*

УДК 339.378

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ НА МАКРОРІВНІ**

**О.В. Жегус, В.Л. Соболев**

*Розглянуто питання планування розвитку роздрібно-торговельної мережі на макрорівні, які набули особливого значення в умовах трансформації торговельної інфраструктури. Проаналізовано тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі в Україні. Розроблено рекомендації щодо процесу планування розвитку роздрібно-торговельної мережі та охарактеризовано його етапи.*

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, склад та структура роздрібно-торговельної мережі, планування, дослідження, оцінка.

---

© Жегус О.В., Соболев В.Л., 2014

## МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ НА МАКРОУРОВНЕ

Е.В. Жегус, В.Л. Соболев

*Рассмотрены вопросы планирования развития розничной торговой сети на макроуровне, которые приобрели особенное значение в условиях трансформации торговой инфраструктуры. Проанализированы тенденции развития розничной торговой сети в Украине. Разработаны рекомендации относительно процесса планирования развития розничной торговой сети и охарактеризованы его этапы.*

**Ключевые слова:** розничная торговля, розничная торговая сеть, состав и структура розничной сети, планирование, исследование, оценка.

## METHODICAL ASPECTS OF PLANNING THE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE NETWORK

O. Zhegus, V. Sobolev

*Retail trade network is a total amount of retail trade subjects of different patterns of ownership, legal organizational form, specialization, various formats, sizes etc. They are located in the territory (region, country) and provide the population with retail trade subjects. The ability of this sphere of activities functioning depends on its development.*

*The problem of physical access of the population to consumer goods has sharpened because of the negative trends in retail trade network in Ukraine, which are characterized by the reduction of a number of trade subjects. In its turn, this causes reduction of social-economic efficiency of retail trade. It is necessary to plan the development of retail trade network at the macro-level for the solution of the problem. It envisages decision-making regarding the opening and location of new subjects of trade, reconstruction of the existing ones based on their availability and correspondence to the needs or normative. The process of planning presupposes the stages of: studying the state of the retail trade development, reveal and complex analysis of the factors influencing the retail trade development, determination of needs for the extension of retail trade network and change of the enterprises, planning development of the retail trade network.*

*Planning of the retail trade network development will promote achievement of the strategic purpose connected with the development of retail trade in Ukraine, which means the increase of provision of the population with trade subjects and selling space. This will help solving the problems of physical accessibility of goods for people.*

**Keywords:** retail trade, retail trade network, the composition and structure of retail trade, planning, research, evaluation.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Важливу роль внутрішня торгівля загалом, у тому числі роздрібна, відіграє для економічного та соціального розвитку України. Саме роздрібна торгівля була чи не єдиною галуззю, яка у 2011–2012 рр. продовжувала розвиватись на фоні уповільнення темпів економічного розвитку в країні, при цьому темпи зростання обсягів роздрібногo товарообороту підприємств становили 113,2 та 112,3% відповідно, в водночас зростання ВВП складало 105,2 та 100,2%. У 2013 р. відбулося погіршення економічної ситуації: ВВП в Україні мав тенденцію до зменшення щоквартально, у I кварталі – на 1,1%, у II та III – на 1,3%. За цих умов спостерігається уповільнення розвитку роздрібногo торгівлі. Відповідно до попередніх статистичних даних обсяг роздрібногo товарообороту підприємств у 2013 р. зріс лише на 5,6% [1].

Незважаючи на зростання ємності ринку роздрібногo торгівлі в Україні, мають місце негативні тенденції скорочення об'єктів роздрібногo торгівлі підприємств (юридичних осіб). За 22 роки їх кількість зменшилася у 2,3 раз, з 145,7 тис. од. у 1990 до 62,2 тис. од. – у 2012 р. Причому за останні п'ять років кількість об'єктів роздрібногo торгівлі підприємств (юридичних осіб) скоротилася майже на 10 тис. од. За цих умов знижується забезпеченість населення підприємствами торгівлі та торговельною площею. У такій ситуації виникають проблеми щодо належного забезпечення фізичного доступу населення до споживчих товарів, через це знижується соціально-економічна ефективність роздрібногo торгівлі. В Україні виникла гостра необхідність у розвитку роздрібногo торговельногo мережі, основне завдання при цьому полягає у підвищенні рівня забезпеченості населення об'єктами торгівлі та торговельною площею.

Саме тому в плані заходів Державної програми активізації розвитку економіки на 2013–2014 рр. передбачено розширення мережі стаціонарних торговельних об'єктів, які відповідатимуть європейським та світовим стандартам [2]. У межах заходів із розвитку торгівлі передбачено вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює торговельну діяльність, унаслідок чого очікується розширення торговельногo мережі та збільшення нормативів забезпеченості населення торговельною площею в магазинах. Вирішенню цього завдання сприятиме визначення пріоритетів розвитку роздрібногo торговельногo мережі та обґрунтоване її планування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні тенденції розвитку роздрібно́ї торгівлі та роздрібно́ї торговельно́ї мережі стали об'єктом дослідження багатьох вітчизняних науковців. Результати дослідження поточного стану роздрібно́ї торгівлі та торговельно́ї мережі висвітлено в працях О.М. Азарян, Т.О. Загорної [3], Н.І. Верхоглядової [4], В.А. Гросул, М.В. Афанасьева [5], Д.М. Перович [6], М.В. Черно́ї, Т.Б. Кушнір [7], Ю.Б. Шпильової, Шпильового І.М. [8] та ін. Аналіз розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі та обґрунтування подальших напрямів і пріоритетів її вдосконалення здійснювали О.О. Бакунов, О.В. Сергеева, В.А. Распопова [9], О.Б. Казакова [10], Е.М. Локтев, Л.Г. Саркісян [11], В.О. Соколев [12] та ін. У працях зазначених авторів розглядалися теоретичні та практичні аспекти функціонування роздрібно́ї торговельно́ї мережі, на основі статистичних даних оцінювалися показники динаміки її розвитку. Проте недостатньо уваги приділено науковому обґрунтуванню методичних підходів до планування та обґрунтованого формування сучасної роздрібно́ї торговельно́ї мережі з урахуванням соціально-економічних умов та реальних потреб в об'єктах роздрібно́ї торгівлі.

У вітчизняній науці на даний момент недостатньо уваги приділено розвитку теоретичних аспектів та методичних рекомендацій щодо планування розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі. У сучасній практиці під час дослідження роздрібно́ї торговельно́ї мережі найбільш часто використовують кількісні показники, обмежуючись аналізом забезпеченості населення об'єктами торгівлі та торговельною площею, що не дозволяє отримати повну інформацію, тому необхідною є систематизація показників оцінки стану роздрібно́ї торговельно́ї мережі, яка має містити як кількісні, так і якісні показники.

**Метою статті** є розробка пропозицій щодо організації процесу планування роздрібно́ї торговельно́ї мережі та визначення пріоритетів її розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасних умовах відбувається новий етап розвитку торгової інфраструктури, як складової інфраструктури споживчого ринку, який характеризується кількісними та якісними змінами роздрібно́ї торговельно́ї мережі.

Специфікою галузі торгівлі є те, що поняття «мережа» застосовувалося й застосовується не тільки в ракурсі об'єднання окремих підприємств та їх зусиль під час господарювання для досягнення певної мети, а й як характеристика загальної кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі країни чи певного регіону. З огляду на це роздрібно́ї торговельно́ї мережу слід досліджувати з позицій

макрорівня та мікрорівня. Провідні фахівці у сфері економічних аспектів функціонування роздрібно́ї торгівлі В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький, Ю.М. Хом'як [13] роздрібно́ю торговельну мережу розглядають як загальну сукупність стаціонарних та нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібно́го продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою.

На нашу думку, на макрорівні «роздрібно́ю торговельну мережу» слід розуміти як загальну кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі різної форми власності, організаційно-правової форми, спеціалізації, різних форматів, розмірів тощо, які знаходяться на певній території (у регіоні, країні) й забезпечують населення об'єктами роздрібно́ї торгівлі. Останніми роками спостерігається тенденція до зменшення кількості об'єктів торгівлі. Їх кількість від 55804 одиниць зменшилась до 45519 тобто майже на 19% (рис. 1). Водночас спостерігається збільшення торгової площі магазинів в Україні: її розмір у 2013 р. перевищив 9400 тис. м<sup>2</sup>, що більш ніж на 50% перевищує показник 2005 р. Відповідно до наведених даних констатуємо кількісні та якісні зміни в розвитку роздрібно́ї торговельної мережі в Україні, які відбиваються на забезпеченості населення торговою мережею та її відповідності потребам населення. Унаслідок зменшення кількості об'єктів торгівлі знижується забезпеченість ними населення: якщо у 2005 р. на 10000 тис. населення припадав 21 об'єкт, то у 2013 р. – лише 13 (рис. 2).

Недостатність забезпечення населення об'єктами торгівлі, не зважаючи на зростання рівня забезпеченості населення торговою площею, знижує фізичну доступність товарів для населення через погіршення торговельної інфраструктури. Якісні зміни відбулися у структурі форматів підприємств роздрібно́ї торгівлі.

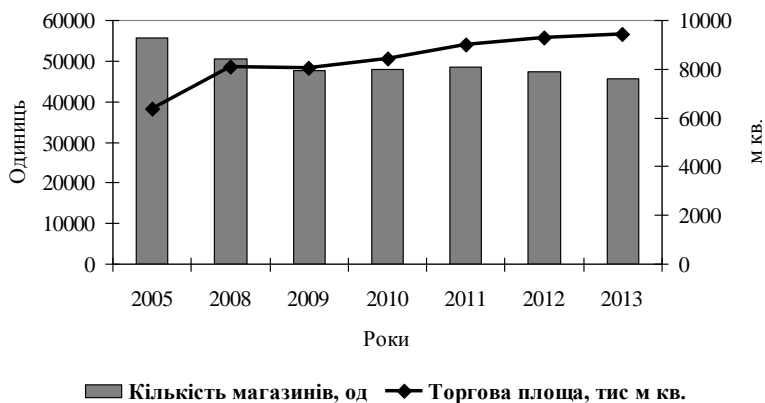
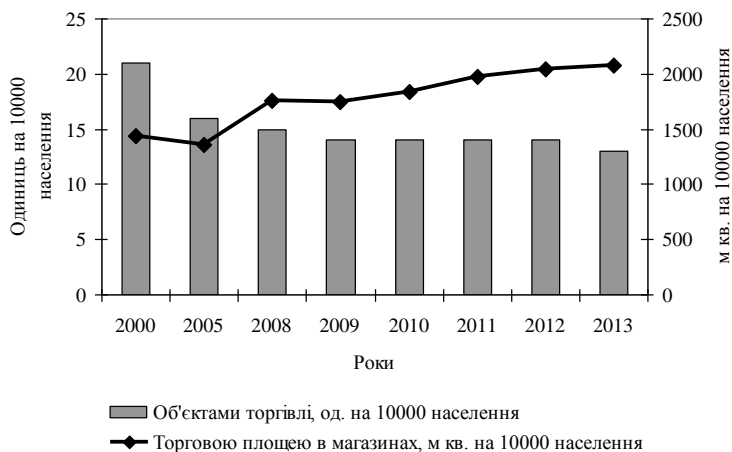


Рис. 1. Динаміка показників розвитку роздрібно́ї торговельної мережі в Україні

Найбільші частки в ній належать супермаркетам, на них припадає 38% [14], та дискаунтерам, їх частка становить 24%, ще 18% припадає на гіпермаркети (рис. 3). Незначною, лише 8%, є частка магазинів формату «біля будинку», що значно ускладнює купівлю товарів повсякденного попиту мешканцями житлових масивів та мікрорайонів, за їх відсутності вони вимушені витратити час спеціально для купівлі необхідних товарів, що знижує ефективність виконання функцій роздрібної торгівлі.

У результаті аналізу стану та динаміки розвитку роздрібної торговельної мережі виявлено такі тенденції:

- щорічне зниження кількості об'єктів торгівлі та зниження рівня забезпеченості населення магазинами;
- збільшення торговельної площі роздрібної мережі на фоні зниження кількості магазинів, що свідчить про відкриття та збільшення кількості підприємств торгівлі із великими торговельними площами (супермаркетів, гіпермаркетів тощо);
- стихійний розвиток роздрібної мережі без урахування існуючих потреб споживачів різних сегментів.



**Рис. 2. Динаміка забезпеченості населення роздрібною торговельною мережею в Україні**



**Рис. 3. Структура роздрібної торговельної мережі в Україні за форматами**

Отже, важливим аспектом вирішення питань забезпеченості населення об'єктами роздрібної торгівлі є планування розвитку роздрібної торговельної мережі на макрорівні, яке являє собою процес прийняття рішення щодо відкриття та розміщення нових об'єктів торгівлі, а також реконструювання існуючих на основі визначення рівня забезпеченості населення об'єктами торгівлі й торговельною площею в них та його відповідності потребам чи нормативам. Як і будь-який управлінський процес, планування розвитку роздрібної торговельної мережі передбачає виконання низки послідовних процедур (рис. 3).

Нами запропоновано проводити за планування розвитку роздрібної торговельної мережі чотирма етапами. На першому етапі – аналізується стан роздрібної мережі, забезпеченість населення нею, оцінюється її технічний рівень, можливість розширення, реконструкції та збереження «на першу чергу» і «розрахунковий термін» будівництва. Для цього використовується статистична звітність: «Звіт про наявність та рух торгової мережі» (форма 7-торг, річна), про роздрібний товарооборот (форма 3-торг, річна), матеріали паспортизації та інвентаризації торговельної мережі, статистичні дані про кількість населення.

На другому етапі проводиться комплексне дослідження чинників маркетингового середовища, на основі виявлення яких та оцінки впливу проводять стратегічний аналіз, за результатами якого визначають загрози та можливості розвитку роздрібної торгівлі та роздрібної торговельної мережі, сильні та слабкі сторони.

На третьому етапі здійснюють техніко-економічні розрахунки, пов'язані з визначенням перспективної потреби в торговельній площі для розширення мережі й заміни підприємств, які вибувають у плановому періоді, визначають обсяг нового будівництва, ставляться завдання щодо кількості магазинів і торгової площі. На цьому етапі розробляють план розвитку і розміщення торгової мережі за об'єктами, у якому зазначаються конкретні типи магазинів, місця їх розташування в міській забудові. Крім того, перевіряють, чи повністю забезпечені обсяг і структура планованого товарообігу торговими площами. Недостатність торгових площ загалом і за окремими товарними групами компенсується будівництвом нових магазинів: супермаркетів, гіпермаркетів, спеціалізованих, фірмових магазинів, великих торгових центрів.

Потребу в торговельній площі для розширення мережі в плановому періоді (для реконструйованих міст і міст, що розвиваються) планують у такій послідовності: розраховують обсяг і структуру середньодушового товарообігу, який буде реалізований через мережу магазинів міста на кінець планового періоду; коригують розрахунковий показник розвитку роздрібно-торговельної мережі з урахуванням розміру і структури планованого середньодушового товарообігу; визначають потребу в торговельній площі магазинів.

На основі оцінки зростання кількості міського населення, прийнятих розрахункових показників розвитку мережі продажу продовольчих і непродовольчих товарів і встановлених до них коригувальних коефіцієнтів визначають загальну потребу в торговельній площі магазинів на кінець планового періоду. Загалом планування розвитку роздрібно-торговельної мережі передбачає разом із визначенням потреби в об'єктах торгівлі та торговельній площі визначення структури мережі за типами торговельних об'єктів, форматами, місцем розташування.

Розвиток вітчизняної роздрібно-торговельної мережі на сучасному етапі відбувається під впливом напрацьованих світових технологій, які все більше проникають на вітчизняний ринок і активно застосовуються як українськими, так й іноземними учасниками роздрібного ринку. Проте вони багато в чому не враховують специфіки соціально-економічного розвитку. Особливо це позначається на організації роздрібних торговельних мереж, внаслідок чого стан мережі роздрібно-торговельної не відповідає дійсним потребам.





**Рис. 3. Етапи планування розвитку роздрібної торговельної мережі**

У складних соціально-економічних умовах роль роздрібно́ї торгівлі збільшується. З одного боку, стабільний її розвиток, на відміну від інших галузей економіки, сприяє розвитку економіки країни та підтримує досягнутий рівень, а з іншого – саме роздрібна торгівля забезпечує задоволення потреб населення в продовольчих та непродовольчих товарах. Недостатня платоспроможність більшої частини населення України, низький рівень життя обумовлюють соціальну напруженість у суспільстві, економічну небезпеку. За цих обставин підвищується соціальна значущість роздрібно́ї торгівлі. Перед державними органами влади всіх рівнів постає важливе завдання соціального захисту населення й забезпечення гідного рівня життя. Одним із напрямів вирішення цієї проблеми є розвиток соціально орієнтовано́ї роздрібно́ї мережі.

**Висновки.** Розвиток торгово́ї інфраструктури загалом, та роздрібно́ї торговельно́ї мережі, зокрема є необхідною умовою підвищення соціально́ї та економічно́ї ефективності роздрібно́ї торгівлі. Стратегічною метою розвитку роздрібно́ї торгівлі є підвищення рівня забезпеченості населення торговими об'єктами та торговельною площею, що сприятиме вирішенню проблем фізично́ї доступності товарів для населення. Це процес має плануватися для забезпечення збалансованого кількісно-якісного складу роздрібно́ї торговельно́ї мережі та розміщення її об'єктів відповідно до існуючих потреб та соціально-економічних умов.

Подальші дослідження з планування розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі мають спрямовуватися на розробку комплексної системи показників, які слід використовувати в ході дослідження стану та тенденцій розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі.

### Список джерел інформації / References

1. Обсяг роздрібно́го товарообороту підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/sr/sr/sr\\_u/sr1213\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/sr/sr/sr_u/sr1213_u.htm)>.

«Volume of retail commodity turnover of the enterprises» [«Obsyah rozdribnoho tovarooborotu pidpryyemstv»], available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/sr/sr/sr\\_u/sr1213\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/sr/sr/sr_u/sr1213_u.htm)

2. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <[http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=246812864&cat\\_id=246812855](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246812864&cat_id=246812855)>.

«Government program of the economy activation for 2013-2014» [«Derzhavna prohrama aktyvizatsiyi rozvytku ekonomiky na 2013–2014 roky»], available at: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=246812864&cat\\_id=246812855](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246812864&cat_id=246812855)

3. Азарян Е. М. Факторная диагностика условий развития розничной торговли: параметры и динамика [Электронный ресурс] / Е.М. Азарян, Т.О. Загорная. – Режим доступа : <<http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5573/%D0%A1.%20182.pdf?sequence=1>>.

Azaryan, E.M., Zagornaya, T.O. «Factor diagnostics of the conditions for the retail trade development: parameters and dynamics» [«Faktornaya dyahnostyka uslovyu razvytyu roznichnoy torhovly: parametry u dynamyka»], available at: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5573/%D0%A1.%20182.pdf?sequence=1>

4. Верхоглядова Н. І. Роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства України [Електронний ресурс] / Н.І. Верхоглядова, Р.С. Шостак. – Режим доступу : <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1272>>.

Verkhoglyadova, N.I., Shostak, R.S. «The role and the development of trade for national economy of Ukraine» [«Rol' i znachennya torhivli dlya rozvytku natsional'noho hospodarstva Ukrayiny»], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1272>

5. Гросул В. А. Торговельна мережа як особлива форма організація торгівлі / В. А. Гросул, М.В. Афанасьєва // Економіка, Фінанси. Право. – 2013. – № 3/1. – С. 22–25.

Grosul, V.A., Afanasyeva, M.V. (2013), «Trade network as a special form of trade organization» [«Torhovel'na merezha yak osoblyva forma orhanizatsiya torhivli»], *Economics, Finance. Law*, No. 3/1, pp. 22-25.

6. Перович Д. М. Роль торгівлі у розвитку економіки України та вирішенні соціально-економічних проблем населення / Д. М. Перович // Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права ім. Короля Данила Галицького. – 2011. – № 3. – С. 115–119.

Perovych, D.M. (2011), «The role of trade in the development of Ukraine economy and the solution of socioeconomic problems of population» [«Rol' torhivli u rozvytku ekonomiky Ukrayiny ta vyrishenni sotsial'no-ekonomichnykh problem naseleennyu»], *Scientific-informational bulletin of Ivano-Frankivsk University of Law named after Danila Halytskyi*, № 3, pp.115-119.

7. Чорна М. В. Оцінка рівня впливу зовнішніх чинників на розвиток сучасної роздрібно торгівлі / М. В. Чорна, Т. Б. Кушнір // Ринкова трансформація економіки : зб. наук. праць. – Х., 2011. – Вип. 14. – С. 88–98.

Chorna, M.V., Kushnir, T.B. (2011), «Assessment of the level of influence of external factors on the development of modern retail [«Otsinka rivnyu vplyvu zovnishnykh chynnykiv na rozvytok suchasnoyi rozdribnoyi torhivli»], *Market economic transformation: Digestl. scientific papers*, НІВМ, Kharkiv.

8. Шпильова Ю. Б. Сталий розвиток роздрібно торгівлі України / Ю. Б. Шпильова, І. М. Шпильовий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <[http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21D](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21D)>.

Spylyova, Yu.B., Shpylyoviy, I.M. «Stable development of the retail trade of Ukraine [Stalyu rozvytok rozdribnoyi torhivli Ukrayiny]», available at: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21D](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21D)

9. Бакунов О. О. Удосконалення пріоритетних напрямів регулювання розвитку роздрібно́ї торговельної мережі [Електронний ресурс] / О. О. Бакунов, О. В. Сергеева, В. А. Распопова. – Режим доступу : <<http://www.precon.donduet.edu.ua/pdf/bakunov/bakunov7.pdf>>.

Bakunov, O.O., Serheeva, O.V., Raspopova, V.A. «Improvement of the priority directions for the regulation of retail trade network development» [«Udoskonalennya priorytetnykh napryamiv rehulyuvannya rozvytku rozdribnoyi torhovel'noyi merezhi»], available at: <http://www.precon.donduet.edu.ua/pdf/bakunov/bakunov7.pdf>

10. Казакова О. Б. Планування розвитку роздрібно́ї торговельної мережі : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.07.05 / О. Б. Казакова ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 18 с.

Kazakova, O. B. (2005), «Planning of the retail trade network development : Auythor's thesis [«Planuvannya rozvy`tku rozdribnoyi torgovel`noyi merezhi»], Donetsk State University of Economics and Trade named after M. Tuhан-Baranovskiy, 28 p.

11. Локтев Е. М. До питання підвищення ефективності розвитку роздрібно́ї торговельної мережі [Електронний ресурс] / Е. М. Локтев, Л. Г. Саркісян, В. В. Смазной // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. Сер. Економічні науки . – 2013. – № 4. – С. 109–115. – Режим доступу : <[http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdnuete\\_2013\\_4\\_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdnuete_2013_4_14.pdf)>.

Loktev, E.M. (2013), «To the question of raising effectiveness of retail trade network [Do py`tannya pidvy`shhennya efekty`vnosti rozvytku rozdribnoyi torgovel`noyi merezhi], *Vistnyk of Donetsk State University of Economics and Trade named after M.Tuhan-Baranovskiy. Economic sciences*, pp. 109-115, available at: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdnuete\\_2013\\_4\\_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdnuete_2013_4_14.pdf)

12. Соболев В. О. Організаційно-економічний механізм розвитку роздрібно́ї торгівлі : автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.00.03 / В. О. Соболев ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2010. – 40 с.

Sobolev, V.O. (2010), «Organizational-economic mechanism of the retailtrade development: Auythor's thesis [Organizacijno-ekonomichny`j mexanizm rozvy`tku rozdribnoyi torgivli], Donetsk State University of Economics and Trade named after M.Tuhan-Baranovskiy, 40 p.

13. Організація торгівлі / В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький, Ю. М. Хом'як. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.

Apopiy, V.V., Mitsuk, I.P., Rebytskiy, V.M., Khomyak, Yu.M. (2005), Organization of trade [Organizaciya torgivli], Tsentр navchalnoi literatuty, Kyiv, 616 p.

14. Ставка на обновление ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://allretail.ua/topics/38002/>>.

«The rate for the assortment renewal [«Stavka na obnovleny`e assorty`menta»], available at: <http://allretail.ua/topics/38002/>

**Жегус Олена Валентинівна**, канд. екон. наук, доц., кафедра маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-68, (099)5634020; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

**Жегус Елена Валентиновна**, канд. экон. наук, доц., кафедра маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-68, (099)5634020; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

**Zhegus Olena**, PhD. Sc. Associate Professor, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska Str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-68, (099)5634020; e-mail: gegus.home.com@mail.ru.

**Соболев Володимир Львович**, асп., кафедра маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-68, (093)8960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

**Соболев Владимир Львович**, асп., кафедра маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли, Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-68, (093)8960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

**Sobolev Vladimir**, Graduate student, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska Str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-68, (093)8960526; e-mail: vladimir.sobolev89@gmail.com.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук М.В. Черноу, канд. екон. наук, В.О. Козуб.*

*Отримано 1.08.2014. ХДУХТ, Харків.*

УДК 364.048.6: 369.223.23/. 24

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

**П.В. Волошин, Ю.А. Домбровская**

*Исследовано комплексное влияние методики воздушной криотерапии и криотренинга на психофизическое состояние клиентов гостиничных и санаторно-курортных учреждений по сравнению со стандартными*