

Т.В. Андросова, канд, екон. наук, проф.

О.Ю. Ляшенко, асист.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Розглянуто особливості прояву конкуренції у сфері роздрібної торгівлі в сучасних умовах економічного розвитку ринку; систематизовано ознаки головних аспектів діяльності підприємств торгівлі.

Рассмотрены особенности проявления конкуренции в сфере розничной торговли в современных условиях экономического развития рынка; систематизированы признаки главных аспектов деятельности предприятий торговли.

Have been considered specials of competition display in a sector of retail trade in modern conditions of economical development of marke; systematic features of the main aspects of trade enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах економічної нестабільності України саме конкуренція виконує роль механізму, який активно стимулює трансформаційні процеси в усіх сферах суспільного життя, у тому числі і в торгівлі. Проте, трансформація економіки відбулася з суттєвими протиріччями, що призвело до набуття конкуренцією дешо нецивілізованих форм, і це, у свою чергу, гальмувало темпи економічного зростання вітчизняної економіки [5].

Конкуренція це загальна категорія для всього народного господарства, але у сфері торгівлі вона має свої певні особливості. Конкуренція в торгівлі – це суперництво, насамперед, за покупця, оскільки торговельне підприємство більшим чином є посередником на ринку, елементом інфраструктури, який сприяє взаємодії продавця і покупця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями сучасного стану та проблем функціонування підприємств торгівлі займаються багато вчених-економістів. Значний внесок в удосконалення теоретичних аспектів та методологічних положень розвитку торговельних підприємств мають роботи дослідників української наукової школи, таких, як А.А. Мазаракі, Л.О. Голошубова, Л.О. Лігененко, Н.М. Ушакова, В.В. Анопій, Н.О. Власова, О.Б. Чернега, П.Ю. Балабан та ін. Формування конкурентного середовища в торгівлі, управління конкурентоспроможністю підприємств галузі розглядаються у працях Г.В. Кривенко, О.Р. Трофімчука,

О.Р. Процишина, Л.А. Радкевич, Г.Т. П'ятницької, Н.П. Тарнавської, М.В. Чорної [1–4].

Мета та завдання статті. Дослідити економічну природу конкуренції у сфері торгівлі, принципи формування та виокремити особливості функціонування підприємств роздрібною торгівлі в конкурентному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торгівля – це галузь національної економіки, особливий вид господарської діяльності, полем діяльності якої є товарообмін, купівля-продаж товарів, а також обслуговування покупців у процесі продажу товарів. Торгівля є найбільш мобільною ринковою структурою, яка дозволяє формувати торговельний процес відповідно до вимог споживачів, які постійно змінюються.

Конкуренція є невід'ємним елементом механізму ринку і необхідною умовою його функціонування. Суб'єктами конкуренції у торгівлі є підприємства, підприємці, для котрих торговельна діяльність є основною, а також підприємства, які поряд з виробничою, фінансовою, страховою діяльністю займаються і торговельною. Звичайно, конкурувати за покупця вони будуть лише у своїх зонах господарювання, межі яких залежать від: масштабів діяльності підприємства; виду товару, яким торгують; контингенту покупців; місця розташування. Об'єктом конкуренції в торгівлі є товари та додаткові послуги, пов'язані з обслуговуванням покупців. Предметом конкуренції виступають покупці: їхня увага, гроші, а в кінцевому підсумку розмір товарообігу та прибутку, а також ресурси, частка ринку.

Слід зазначити, що вся діяльність роздрібних торговельних підприємств визначається виявленням споживачів і задоволенням їх запитів. Покупці прагнуть придбати товари і послуги в широкому асортименті та високої якості за мінімальною ціною, надаючи перевагу тим роздрібним підприємствам, де на їх думку, можуть найбільш повно задовольнити їх потреби [4].

На думку М.В. Чорної, роздрібну торгівлю слід розглядати з різних позицій, а саме як [3]:

- частину сфери товарного обігу, що опосередковує обмін продуктами праці за допомогою грошей;
- самостійну галузь економіки, запропоновану посередниками між виробництвом і споживачем на різних ринках товарів та послуг;
- індикатор стану товарних ринків й економіки країни в цілому;
- специфічну форму економічної діяльності. Саме роздрібна торгівля забезпечує просування товарів від виробника до кінцевого споживача.

Найголовнішою функцією роздрібного торговельного підприємства є реалізація товарів. Саме ця функція характеризує результат діяльності, тому повинна виконуватися в повному обсязі.

Діяльність підприємств роздрібною торгівлі характеризується певними факторами і має деякі особливості, що пов'язані з наступними моментами:

- низька фондоємкість торгово-технологічного процесу через обмежений перелік номенклатурних позицій необоротних активів, а також їх вартість, яка є набагато нижчою порівняно з промисловими устаткуванням, зумовлює відносно невеликі капіталовкладення, що разом з можливістю їх більш швидкої окупності значно приваблюють підприємців;

- істотною особливістю формування кінцевих результатів фінансово-господарської діяльності підприємств торгівлі є їх залежність від ємкості споживчого ринку і його кон'юнктури, зміни яких спричиняють характерні для торговельних підприємств коливання в часі як витрат, так і доходів. Тому, неефективна комерційна діяльність неминуче призводить до неплатоспроможності підприємців галузі;

- існування певного проміжку часу між надходженнями товарів і їх реалізацією призводить до виникнення додаткової потреби в оборотних коштах, які утворюються, головним чином, за рахунок кредитів та кредиторської заборгованості, що, у свою чергу, зменшує рівень фінансової стійкості підприємств;

- наявність великої кількості постачальників. Інтенсивність конкуренції сприяє зменшенню купівельної вартості товарів, що за умов відповідної закупівельної та фінансової політики призводить до зменшення рівня ризику виникнення фінансової кризи конкретних суб'єктів торговельної діяльності.

На підставі дослідження нами було виокремлено основні ознаки діяльності підприємств торгівлі: залучення споживача у відповідне торговельне середовище; здатність переконувати залучених споживачів у придбанні продукції у відповідному торговельному підприємстві.

Систематизовані загальні та специфічні ознаки з урахуванням головних аспектів діяльності підприємств торгівлі відображено на рисунку.

Безперечно, що економічні можливості та торговельні здібності споживачів є однією з найважливіших сил, що впливають на конкурентну боротьбу в торгівлі.

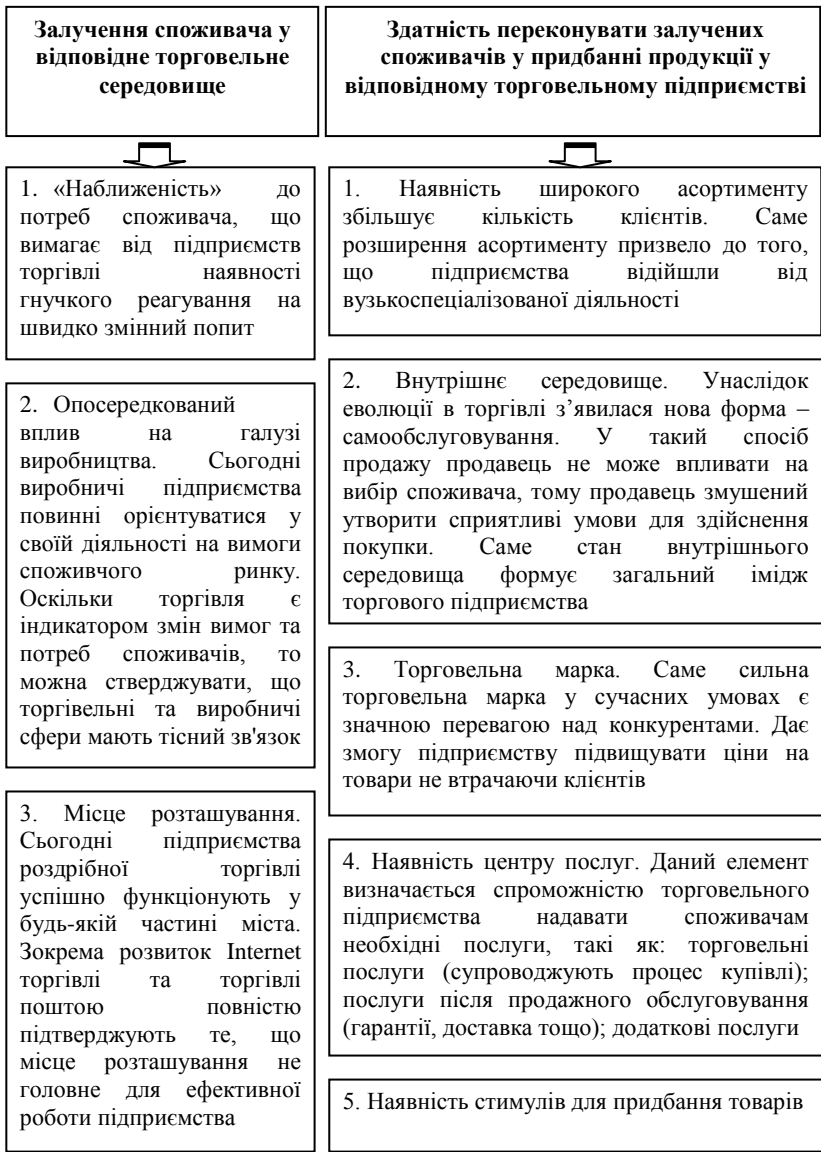


Рисунок – Характеристика головних ознак діяльності торговельних підприємств

Це зумовлено тим, що саме покупець є кінцевою ланкою товарообміну, саме він робить вибір між торговельними одиницями, зіставляючи асортимент, якісні та цінові характеристики необхідних товарів, умови та культуру обслуговування. Разом із тим, роздрібні підприємства ведуть конкурентну боротьбу між собою за залучення покупців, але покупці не свідомо загострюють конкурентну боротьбу, змінюючи магазини з аналогічним асортиментом товарів і послуг. Таким чином, покупці є метою, об'єктом конкурентної боротьби в торгівлі, але не її засобом.

Висновки. Аналіз суперечливої природи впливу глобальної фінансової кризи на розвиток конкуренції у сфері роздрібно торгівлі в Україні дає підстави стверджувати, що конкурентні відносини в сучасних умовах модифікувались.

Реалії сьогодення зумовлюють необхідність переосмислення цілей та орієнтирів діяльності ринкових суб'єктів і формування сучасної моделі розвитку торговельного бізнесу на основі оптимізації діяльності, пошуку способів максимального задоволення потреб споживача. Реагуючи на нові тенденції суб'єкти ринку повинні формувати адекватні конкурентні стратегії, реалізувати свої конкурентні переваги. Крім зниження ціни, поліпшення якості обслуговування покупців та розширення асортименту товарів, можуть виникнути і негативні явища, зокрема монополізація та олігополізація ринку. Саме тому виникає безумовна необхідність підтримки держави, яка повинна бути спрямована на мінімізацію кризових явищ та ризиків пов'язаних з ними, захист і підтримку здорової конкуренції в торгівлі.

Список літератури

1. Кривенко, Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах маркетингової орієнтації [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Г. В. Кривенко. – Донецьк, 2003. – 18 с.
2. Чорна, М. В. Формування цінової політики підприємств роздрібно торгівлі [Текст] : монографія / М. В. Чорна, Л. М. Філіпішина. – Х. : ХДУХТ, 2007. – 155 с.
3. Чорна, М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібно торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій [Текст] : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 426 с.
4. Тарнавська, Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 506 с.
5. В Украине активно развивается розничная торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.ukrwine.pp.net.ua/news/2008-01-28-721>>.

Отримано 30.10.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.В. Андросова, О.Ю. Ляшенко, 2011.