

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

**Калашніков Володимир Миколайович**

УДК 658.87:664.66

**ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ  
РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ХЛІБОМ ТА ХЛІБОПРОДУКТАМИ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

Харків – 2008

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник** кандидат економічних наук, професор  
**Власова Наталія Олексіївна,**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі, завідувач кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор  
**Лігоненко Лариса Олександрівна,**  
Київський національний торгово-економічний Університет, завідувач кафедри економіки підприємництва

кандидат економічних наук, доцент  
**Місюкевич Валентина Іванівна,**  
Полтавський університет споживчої кооперації України, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва

Захист дисертації відбудеться “19” травня 2008 року о 10<sup>00</sup> годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.088.02 Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул.. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий “18” квітня 2008 р.

Учений секретар  
спеціалізованої вченої ради

Н.Л. Савицька

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Одним з найактуальніших питань продовольчої безпеки країни є забезпечення населення високоякісними продуктами харчування власного виробництва. З цієї точки зору, важливим соціально-економічним завданням є створення в Україні необхідних умов для становлення та стабільного функціонування продовольчого ринку та безперебійного задоволення потреб населення в продуктах харчування повсякденного попиту, зокрема, в хлібі та хлібобулочних виробах.

Висока соціальна значущість хлібної продукції зумовлена спроможністю задоволення потреб організму людини в корисних речовинах, фактором наявності в раціоні харчування всіх категорій населення, відсутністю товарів-замінників.

Можливість безперебійного придбання необхідних споживачам хліба та хлібобулочної продукції в зручному для них місці та часі, за доступними цінами і високої якості безпосередньо залежить від розвитку та раціональної організації торгівлі, яка відіграє провідну роль у розвитку продовольчого ринку та задоволенні постійно зростаючих потреб населення.

Дослідженню проблем розвитку торгівлі присвячені праці багатьох відомих зарубіжних вчених-економістів, зокрема Б. Вейтца, А. Криє, Ж. Жалле, М. Леві, Р. Маркіна, І.К. Беляєвського, В.К. Памбухчянца, Ф.Г. Панкратова, Т.К. Серьогіної, В.В. Снегірьової, Ю.Л. Александрова, Н.Н. Терещенко, П.В. Петрова, А.Н. Соломатіна та ін. Теоретичні аспекти управління, економіки та організації торговельної діяльності розглядалися вітчизняними вченими І.О. Бланком, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушаковою, Л.О. Лігоненко, Н.О. Власовою, Л.В. Балабановою, В.С. Марциним, П.Ю. Балабаном, В.В. Ортинською та ін.

Водночас не дістали належного висвітлення низка принципово важливих питань, пов'язаних з аналізом стану та теоретичного обґрунтування закономірностей розвитку торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

Важливість та необхідність вирішення економіко-організаційних проблем торгівлі хлібною продукцією, удосконалення теоретико-методичних та прикладних аспектів формування стратегії місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами, обґрунтування їх цінової політики зумовлюють актуальність теми дисертаційної роботи, логіку її побудови, цільову спрямованість, завдання та напрями дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Обраний напрям досліджень пов'язаний із загальною тематикою наукових досліджень кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі, де виконано дисертацію, зокрема, з держбюджетними науково-дослідними темами: №16–04–04Б, державний реєстраційний №0104U002587 “Пріоритетні напрями розвитку внутрішньої торгівлі України в сучасних умовах ринкової трансформації галузі” (особистий внесок полягає у дослідженні розвитку внутрішньої торгівлі у контексті основних перетворень у галузі); №10–04–06Б, державний реєстраційний №0105U007669 «Економічні проблеми розвитку споживчого ринку продуктів харчування за сучасних умов» (особистий внесок полягає у визначенні сутності та місця ринку продуктів харчування у загальній системі ринків); №04–07–09Б, державний реєстраційний №0106U012033 “Управління потенціалом торговельного підприємства” (особистий внесок полягає у розробці технології управління ефективністю діяльності підприємства торгівлі).

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад розвитку роздрібною торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- визначити роль та значення ринку продовольчих товарів у контексті забезпечення продовольчої безпеки країни;
- узагальнити теоретичні положення та розкрити економічну сутність поняття “ринок хліба та хлібобулочних виробів”, визначити особливості його формування та функціонування;
- виокремити найбільш суттєві ознаки класифікації та визначити сучасні особливості

форм і видів роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами;

- дослідити детермінанти товарної пропозиції на ринку хліба та хлібобулочних виробів та виявити особливості попиту споживачів на цей вид продукції у різних ринкових сегментах;
- визначити основні тенденції та проблеми розвитку торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами;
- розробити структурно-логічну схему процесу формування стратегії місцерозташування підприємств роздрібної торгівлі хлібопродуктами;
- обґрунтувати теоретичні та практичні рекомендації щодо розробки ефективної цінової політики підприємств роздрібної торгівлі хлібопродуктами в умовах конкурентного середовища.

*Об'єктом дослідження* є процес формування та функціонування вітчизняного ринку хліба та хлібобулочної продукції.

*Предметом дослідження* є розвиток торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

*Методи дослідження.* Теоретичним підґрунтям дисертаційного дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України. Досягнення мети дослідження базувалося на системному підході до вивчення економічних явищ, зокрема на фундаментальних положеннях економічної теорії, методології економічного аналізу, прийняття рішень. У процесі роботи над дисертацією для обґрунтування теоретичних положень та практичних рекомендацій використовувалися методи логічного та історичного підходів до пізнання економічних явищ, наукової абстракції, аналізу та синтезу, композиції та декомпозиції. Прикладні аспекти вивчалися із застосуванням економіко-статистичних методів збору й обробки інформації (під час формування вибіркової сукупності); методів системного і комплексного аналізу (для оцінки ефективності функціонування хлібопекарських підприємств); кореляційного аналізу (для кількісної оцінки впливу на розмір роздрібного товарообороту з хліба і хлібобулочних виробів певних факторних ознак); методу експертних оцінок (для дослідження та оцінки факторів, які впливають на реалізацію хліба та хлібобулочних виробів); графічного методу (для наочного подання низки теоретичних та практичних положень). Обробка інформаційних матеріалів здійснювалася з використанням сучасних інформаційних технологій та програм.

**Наукова новизна одержаних результатів** проведеного дисертаційного дослідження полягає в уточненні теоретичних положень та обґрунтуванні методичних засад розвитку роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами. У процесі дослідження отримано такі найбільш суттєві результати:

*вперше:*

- обґрунтовано процес розробки стратегії місцерозташування підприємств роздрібної торгівлі хлібопродуктами, що базується на аналізі потенціалу й перспектив розвитку цільового сегмента ринку та сприяє реалізації стратегічних і тактичних цілей підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища;

*удосконалено:*

- понятійний апарат, а саме, уточнено економічну сутність поняття “ринку хліба та хлібобулочних виробів” з урахуванням сучасних умов його формування та визначенням загальноекономічної ролі, значення та особливостей товару, який є об'єктом купівлі-продажу, характеру його виробництва, кінцевого використання та організаційної структури збуту;
- класифікацію форм і видів роздрібної торгівлі хлібом на основі систематизації, уточнення та доповнення критеріальними ознаками: за суб'єктами торговельної діяльності (за галузевою ознакою); за наявністю (відсутністю) просторового та часового лагу між виробництвом та реалізацією, що сприяє раціоналізації управління торговельною діяльністю;

*набули подальшого розвитку:*

- критерії ринкового сегментування на основі доповнення принципово новою ознакою – дієтичною, яка дозволяє виділяти нові кластери ринку хліба та хлібопродуктів та враховувати інтереси осіб, що мають певні обмеження в організації харчування;
- зміст та етапи розробки цінової політики підприємств роздрібної торгівлі

хлібопродуктами, що узгоджена з диференційованими цілями в розрізі товарних груп і дозволяє підвищити рівень стратегічного управління підприємством та забезпечити реалізацію його цілей.

**Практичне значення одержаних результатів.** Пропозиції та рекомендації, запропоновані в дисертації, дозволяють підвищити ефективність функціонування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами в умовах конкурентного ринкового оточення. Практичне значення мають наступні розробки: система критеріальних ознак сегментування ринку хліба та хлібобулочної продукції; структурно-логічна схема процесу формування стратегії місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами, методика вибору місцерозташування підприємства, що дозволяє оцінити варіанти загальних місць розташування і конкретних ділянок за визначеними критеріями, методичний підхід щодо розробки ефективної цінової політики підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами.

Результати досліджень набули практичного втілення в діяльність підприємств роздрібною торгівлі м. Харкова: супермаркети “РОСТ” СУАП “ЄВРОПОЛЬ” ТОВ (довідка про впровадження № 787 від 03.11.2007 р.) та ТОВ “Хлібокомбінат “Кулиничі” (довідка про впровадження № 55 від 03.12.2007 р.); Головного управління економіки Харківської обласної державної адміністрації (довідка про впровадження № 03-10/2436 від 29.11.2007 р.). Результати дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі, зокрема, під час викладання дисциплін “Економіка і прогнозування споживчого ринку”, “Економіка і планування в підприємствах торгівлі”, “Цінова політика підприємства” (акт про впровадження від 14 травня 2007 року).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є результатом самостійного наукового дослідження. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, які містяться в роботі, одержані автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного й практичного матеріалу.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати дослідження обговорювались на Міжнародній науково-практичній конференції “Управлінські та технологічні аспекти розвитку підприємств харчування та торгівлі” (Харків, 2003 р.), Всеукраїнській науково-практичній конференції “Актуальні аспекти харчових технологій і розвитку підприємств торгівлі та ресторанного господарства” (Харків, 2004 р.), II Міжнародній науково-практичній конференції “Образование и наука без границ «2006»” (Дніпропетровськ, 2006 р.), другій всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції (Київ, 2006), Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 40-річчю Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, 2007 р.).

**Публікації.** За матеріалами дисертації опубліковано 11 наукових праць, у тому числі 8 статей та 3 тези доповідей загальним обсягом 3,6 друк. арк. Основні результати відображені в 8 статтях, опублікованих у наукових фахових виданнях на 3,2 друк. арк.

**Структура та обсяг дисертаційної роботи.** Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний текст дисертації викладено на 190 сторінках. Робота містить 35 таблиць, 22 рисунки, 5 додатків (обсягом 48 сторінок) і список використаних джерел із 208 найменувань.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність і наукову доцільність проведеного дослідження, розкрито зв'язок роботи з науковими темами, сформульовано мету та завдання дослідження, визначено об'єкт, предмет і методологічну базу дослідження, висвітлено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі “Теоретичні аспекти функціонування підприємств роздрібною торгівлі хлібом та хлібопродуктами на продовольчому ринку” розкрито сутність та виокремлено особливості продовольчого ринку; уточнено економічну сутність ринку хліба та

хлібобулочних виробів з визначенням його специфіки; систематизовано та надано змістовну характеристику сучасних форм і видів роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

У ході дослідження генезису теорії ринку встановлено існування різноманітних підходів до тлумачення його змісту, типізації та структуризації. Визнано, що особливе місце в складній високоорганізованій системі споживчого ринку займає продовольчий ринок, який в значній мірі відрізняється від інших, та який необхідно розглядати в контексті гарантування задоволення попиту в продовольчих товарах на рівні, що забезпечує нормальний рівень життєдіяльності населення.

У ході проведеного дослідження виявлено, що основними причинами погіршення продовольчої безпеки за роки реформ та нестійкого функціонування продовольчого ринку України є: кризовий стан агропромислового комплексу, низький рівень обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, зниження ефективності її виробництва; значне зниження реальних доходів населення і доступності для нього харчових продуктів.

Виокремлення структуроутворюючих сегментів продовольчого ринку за укрупненими товарними групами дозволило встановити місце та загальноекономічну роль ринку хліба та хлібобулочних виробів. Виходячи із ролі, значення та особливостей товару, який є об'єктом купівлі-продажу, ринок хліба та хлібобулочних виробів у дисертації розглядається як сукупність економічних відносин між виробником та споживачем з приводу купівлі-продажу хліба та хлібобулочної продукції у даному місці, за відповідною ціною, якістю з метою своєчасного і повного задоволення першочергових, життєво необхідних, фізіологічних потреб людини.

Спираючись на специфіку та соціальну значущість товару, що пропонується споживачеві, у роботі визначено особливості функціонування ринку хлібобулочних виробів, пов'язані з: визначальною роллю ринку хліба у забезпеченні економічної та продовольчої безпеки країни; невисокою еластичністю попиту на хліб та досить високою на хлібобулочні вироби; переважанням на ринку хліба нецінової, а на ринку хлібобулочних виробів – цінової конкуренції; залежністю величини та структури товарної пропозиції хлібної продукції безпосередньо від кон'юнктури вітчизняного зернового ринку і ринку борошна; невідповідністю потреби в хлібі та хлібобулочних виробах обсягам попиту та пропозиції; відсутністю часового і просторового лагу між пропозицією та попитом, виробництвом та споживанням, високим рівнем державного регулювання ринку хліба та хлібобулочних виробів; відсутністю торговельних посередників між виробниками та роздрібною торгівлею.

Задоволення попиту населення, можливість безперервного придбання необхідних споживачам хліба та хлібобулочних виробів в зручному для них місці і часі, за доступними цінами і високої якості безпосередньо залежить від раціонально організованого передостаннього етапу складного логістичного ланцюжка “виробництво зернових – переробка (виробництво борошна) – виробництво хлібобулочних виробів –торгівля – споживання”.

Сучасна торгівля хлібопродуктами являє собою розгалужену систему господарських зв'язків між виробниками й споживачами, а також складний механізм виявлення й узгодження їх економічних інтересів. Враховуючи головну функцію споживчого ринку (елементом якого є ринок хліба та хлібобулочної продукції) – доведення товару до кінцевого споживача, а також спираючись на специфічні особливості хлібної продукції, обґрунтовано необхідність розгляду проблем розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів на основі процесів, що відбуваються в роздрібному секторі.

На основі теоретичного осмислення та виокремлення найбільш суттєвих ознак класифікації (рис. 1) визначено сучасні особливості форм і видів роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

Враховуючи особливості ринку хлібної продукції у дисертації аргументовано доцільність розмежування видів і форм роздрібної торгівлі хлібопродуктами: за галузевою ознакою, відповідно до якої виділено роздрібну торгівлю виробничих підприємств (тобто суб'єктом торговельної діяльності виступає безпосередньо виробник) та власне роздрібну торгівлю (як

галузь економіки, представлену торговими посередниками); за наявності (відсутності) просторового та часового лагу між виробництвом та реалізацією, відповідно до якої виокремлено: торгівлю з лагом (традиційний вид) і торгівлю без лагу.

У другому розділі “Оцінка тенденцій розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів” виявлено основні тенденції та проблеми розвитку хлібопекарської галузі; виокремлено особливості попиту на хліб та хлібобулочні вироби в різних сегментах товарного ринку; ідентифіковано фактори, що надають найбільш вагомого впливу на реалізацію хлібної продукції.

Результати дослідження пропозиції хліба та хлібобулочних виробів дозволили виявити, що протягом 1990–2006 р.р. в Україні встановилась стійка тенденція скорочення обсягів виробництва хлібної продукції, при цьому, спостерігається дисбаланс між фактичними середньодушовими обсягами виробництва та необхідною кількістю хліба, затвердженою на рівні споживчого кошика. Встановлено, що структурні зрушення в асортименті хлібобулочних виробів не відповідають нормам раціонального і здорового харчування.

З метою більш глибокого дослідження факторів, що визначають товарну пропозицію на ринку хліба та хлібобулочних виробів, з використанням основних засад методу вибіркового спостереження, у роботі сформовано вибіркочну сукупність підприємств галузі хлібопечення. На основі дослідження виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі за структурними елементами (технічною, матеріальною та кадровою складовими) виявлено основні тенденції їх розвитку, що характеризуються недостатніми темпами технічного оновлення виробництва, відносно низькою ефективністю використання матеріальних ресурсів та кадрового потенціалу.

Встановлено, що основними проблемами хлібопекарської галузі залишаються відсутність ринкового статусу галузі, адміністративне втручання у процеси ціноутворення, що безпосередньо відбивається на рівні прибутковості та розвитку підприємств хлібопечення.

Спираючись на теорію сегментування, у дисертації досліджено ринок хліба та хлібобулочних виробів як диференційовану структуру залежно від груп споживачів та споживчих якостей товару. У якості основних критеріїв сегментування обрано географічний, демографічний, соціально-економічний, психографічний та поведінковий. Проведене дослідження підтвердило неоднорідність ринку хліба і хлібобулочних виробів та виявило певні особливості попиту споживачів на цей вид продукції у різних ринкових сегментах. Зокрема:

- виявлено значні відмінності у попиті на хліб і хлібобулочні вироби у регіональному розрізі та у містах і сільській місцевості, при чому для останньої характерна значна частка натурального господарства та самостійна випічка хліба;

- визначено прямопропорційну залежність зростання попиту на хліб і хлібобулочні вироби промислової випічки із збільшенням віку споживачів, що свідчить про зміну із віком структури харчування;

- відзначено певні особливості споживання хліба і хлібобулочних виробів у домогосподарствах із різним складом осіб;

- виявлено диференціацію попиту на хліб і хлібобулочні вироби залежно від економічної активності споживачів;

- зроблено висновок про відносну нееластичність рівня споживання хліба і хлібопродуктів від зміни доходів населення та приналежності до певних соціальних класів.

Враховуючи специфічні особливості ринку хліба та хлібобулочних виробів, запропоновано доповнити класичні ознаки ринкового сегментування принципово новою ознакою – дієтичною, яка дозволить виділяти нові кластери ринку хліба і хлібопродуктів та враховувати інтереси осіб, що мають певні обмеження в організації харчування.

Дослідження сучасного стану, тенденцій та перспектив розвитку торгівлі хлібом і хлібобулочними виробами дозволило виявити тенденції, що характеризуються: щорічним зростанням обсягу роздрібної реалізації хлібної продукції як у діючих, так і у порівнянних цінах; змінами в асортиментній структурі реалізації хлібобулочної продукції; скороченням кількості спеціалізованих магазинів, які здійснюють реалізацію хліба і хлібобулочних виробів.

З метою поглибленого вивчення та чіткої ідентифікації проблем розвитку торгівлі хлібом і хлібобулочними виробами, на основі застосування методів експертної оцінки встановлено, що основними факторами, які надають найбільш вагомого впливу на реалізацію хліба і хлібобулочних виробів, є: місцерозташування точок продажу хліба і хлібобулочних виробів; цінова політика підприємств; якість хлібобулочної продукції.

У третьому розділі **“Управління основними факторами розвитку підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами”** розроблено структурно-логічну схему процесу формування стратегії місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами, запропоновано методичні рекомендації щодо вибору конкретної ділянки в межах обраного місцерозташування за визначеними критеріями, обґрунтовано методичний підхід щодо формування ефективної цінової політики підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами в умовах конкурентного середовища.

На основі критичного аналізу вітчизняних та зарубіжних розробок з теорії просторового розміщення підприємств встановлено, що розташування підприємства роздрібною торгівлі виявляє сильний вплив як на довгострокові, так і на короткострокові плани і, в остаточному підсумку, на загальну стратегію підприємства. Обране місцерозташування повинно відповідати його організаційній місії, цілям та цільовому ринку достатньо довгий час.

Спираючись на специфіку підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами запропоновано структурно-логічну схему, згідно з якою процес формування стратегії місцерозташування підприємств розглядається як динамічна сукупність п'ятих взаємопов'язаних етапів, які логічно впливають один з одного (рис. 2): аналіз типів торговельних зон; аналіз території торговельної зони; визначення типу бажаного типу місцерозташування; вибір конкретної ділянки в межах обраного місцерозташування.

Метою першого етапу формування стратегії є оцінка потенціалу й перспектив розвитку цільового сегмента ринку. Для цього на основі сегментації деякої територіальної одиниці за типами торговельних зон обирається торговельна зона, визначаються її компоненти та обирається метод, за яким визначаються розмір та форма обраної торговельної зони.

На другому етапі проводиться аналіз параметрів обраної торговельної зони, який дозволяє встановити кількість потенційних покупців торговельного підприємства й визначити можливі кон'юнктурні зміни місцевого ринку.

На третьому етапі після оцінки варіантів торговельних зон, вирішується, який саме тип розташування магазину найбільш привабливий для нього.

У рамках четвертого етапу для більш обґрунтованого остаточного вибору конкретної ділянки в межах обраного місцерозташування запропонована методика, що заснована на експертних рейтингових оцінках та дозволяє оцінити варіанти ділянок за визначеними критеріями. В якості критеріїв обрано: ступінь пішохідного руху, ступінь транспортного руху, транспортне сполучення, структуру магазинів, характеристики кожної конкретної ділянки й умови використання. Кожному критерію присвоюється ваговий коефіцієнт в залежності від його важливості для підприємства, а кожний показник оцінюється за 10 бальною шкалою, де 10 відповідає найвищій оцінці, а 1 – самої низької. Потім для кожної ділянки виводиться підсумкова оцінка і вибирається місце з найвищим рейтингом.

Використання запропонованої структурно-логічної схеми процесу формування стратегії місцерозташування дозволяє приймати ефективні управлінські рішення та сприяє реалізації стратегічних і тактичних цілей підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Рис. 2. Структурно-логічна схема процесу формування стратегії місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами

Враховуючи специфіку підприємств та використовуючи як вихідну запропоновану структурно-логічну схему у роботі розроблено можливий варіант стратегії місцерозташування для



підприємства роздрібної торгівлі хлібопродуктами.

У дослідженні проведеному в другому розділі роботи, серед основних факторів, які надають найбільш вагомий вплив на реалізацію хліба і хлібобулочних виробів підприємств роздрібної торгівлі, був визначений процес формування цін.

Дослідивши існуючі визначення і враховуючи сучасні умови господарювання підприємств, під політикою ціноутворення пропонується розуміти формування й реалізацію цілей і задач підприємства в сфері ціноутворення за кожним окремим сегментом ринку та кожним товаром на певний період часу, яка розробляється на основі дослідження базових передумов формування цін, та представляє собою раціональну логічну побудову, керуючись якою підприємство розраховує вирішити свої завдання.

Спираючись на специфіку та значення товару, що пропонується споживачеві, визначено зміст та етапи розробки ефективної цінової політики підприємств роздрібної торгівлі хлібопродуктами (рис. 3): вибір визначальних цілей формування цінової політики; аналіз базових передумов визначення ціни; диференціація цілей цінової політики в розрізі товарних груп; вибір моделі ціноутворення; вибір методу ціноутворення; прийняття рішення про рівень ціни в розрізі товарних груп; формування механізму корегування рівня торговельної надбавки.

На першому етапі розробки обираються визначальні цілі формування цінової політики, які кореспондуються з обраними пріоритетними цілями розвитку. В якості таких для підприємств роздрібної торгівлі хлібопродуктами пропонуються - завоювання й збереження певної частки ринку та забезпечення попиту на свою продукцію усіх верств населення.

На другому етапі проводиться аналіз базових передумов визначення цін на продукцію, що пропонується за трьома напрямками: оцінка витрат, цінової політики конкурентів та попиту.

На третьому етапі диференціюються цілі цінової політики в розрізі товарних груп з урахуванням попереднього аналізу можливостей ринку, цінової політики конкурентів та рівня поточних витрат підприємства. Враховуючи специфіку товарної групи «хлібобулочні вироби» та спираючись на сегментацією споживачів за рівнем доходів, цінову політику пропонується формувати за такими напрямками: на соціальні сорти хліба з метою забезпечення життєздатності підприємства; на масові сорти хлібобулочних виробів з метою максимізації товарообороту; на «елітні» хлібобулочні вироби з метою максимізації прибутків підприємства.

На четвертому етапі обирається модель ціноутворення: затратна, з урахуванням конкуренції або ринкова. Для досягнення оптимального рішення щодо вибору моделі ціноутворення пропонується комбінувати всі три їх види.

На п'ятому етапі здійснюється вибір конкретного методу ціноутворення. Для практичного використання рекомендована система методів визначення конкретного рівня торговельної надбавки.

На шостому етапі здійснюється конкретизація рівнів торговельних надбавок за кожною товарною позицією у відповідності до обраного методу розрахунку. При цьому визначаються конкретні значення окремих вихідних показників.

На сьомому етапі формується ефективний механізм коригування рівня торговельної надбавки, виходячи з конкретних умов своєї операційної діяльності та специфіки асортименту пропонованих товарів.

Рис. 3. Схема процесу формування цінової політики підприємства роздрібної торгівлі хлібопродуктами

Використання запропонованої технології формування цінової політики дозволяє підвищити рівень стратегічного управління підприємством та забезпечити реалізацію його цілей.

## ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що виявляється в обґрунтуванні теоретико-методичних основ та практичних рекомендацій щодо розвитку роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами. Основні наукові та практичні результати проведеного дисертаційного дослідження полягають у наступному.

1. Аналіз та узагальнення теорій ринку свідчить про наявність різноманітних підходів до тлумачення його змісту, типізації та структуризації. На основі виокремлення структуроутворюючих сегментів ринку визначено специфіку, роль та значення продовольчого ринку в контексті задоволення потреб населення в продуктах харчування повсякденного попиту.

2. Виходячи із загальноекономічної ролі, значення та особливості товару, який є об'єктом купівлі-продажу, ринок хліба та хлібобулочних виробів запропоновано розглядати як сукупність економічних відносин між виробником та споживачем з приводу купівлі-продажу хліба та хлібобулочної продукції у даному місці, за відповідною ціною, якістю з метою своєчасного і повного задоволення першочергових, життєво необхідних, фізіологічних потреб людини.

Виявлено особливості функціонування ринку хлібобулочних виробів як складової українського продовольчого ринку, пов'язані з: визначальною роллю ринку хліба у забезпеченні економічної та продовольчої безпеки країни; невисокою еластичністю попиту на хліб та досить високою на хлібобулочні вироби; переважанням на ринку хліба нецінової, а на ринку хлібобулочних виробів – цінової конкуренції; залежністю величини та структури товарної пропозиції хлібної продукції безпосередньо від кон'юнктури вітчизняного зернового ринку і ринку борошна; невідповідністю потреби в хлібі та хлібобулочних виробах обсягам попиту та пропозиції; відсутністю часового і просторового лагу між пропозицією та попитом, виробництвом та споживанням; високим рівнем державного регулювання ринку хліба та хлібобулочних виробів; відсутністю торговельних посередників між виробниками та роздрібною торгівлею.

3. На основі систематизації та виокремлення найбільш суттєвих ознак класифікації визначено сучасні особливості форм і видів роздрібної торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами. Враховуючи специфіку ринку хлібної продукції, аргументовано доцільність розмежування видів і форм роздрібної торгівлі хлібопродуктами: за галузевою ознакою (відповідно до якої виділено роздрібну торгівлю виробничих підприємств та власне роздрібну торгівлю) та за наявністю (відсутністю) просторового й часового лагу між виробництвом і реалізацією, що дало змогу виокремити характерні риси та організаційні особливості торгівлі хлібною продукцією.

4. Дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку хлібопекарської галузі, яка формує товарну пропозицію на ринку хліба та хлібопродуктів, виявило наявність стійкої тенденції скорочення обсягів виробництва хлібної продукції, що обумовлено недостатніми темпами технічного оновлення виробництва, відносно низькою ефективністю використання матеріальних ресурсів та кадрового потенціалу, відсутністю ринкового статусу галузі, адміністративним втручанням у процеси ціноутворення, що безпосередньо відбивається на рівні прибутковості та розвитку підприємств хлібопечення.

5. Спираючись на теорію та обрані критерії сегментування ринку (географічний, демографічний, соціально-економічний, психографічний та поведінковий) встановлено неоднорідність ринку хліба і хлібобулочних виробів та виявлено певні особливості попиту споживачів на цей вид продукції у різних ринкових сегментах. Зважаючи на специфічні особливості ринку, що досліджується, запропоновано доповнити класичні ознаки ринкового сегментування принципово новою ознакою – дієтичною, яка дозволить виділяти нові кластери ринку хліба і хлібопродуктів та враховувати інтереси осіб, що мають певні обмеження в організації харчування.

6. Дослідження стану та тенденцій розвитку торгівлі хлібом і хлібобулочними виробами дозволило виявити тенденції, що характеризуються: щорічним зростанням обсягу роздрібної

реалізації хлібної продукції як у діючих, так і у порівнянних цінах; змінами в асортиментній структурі реалізації хлібобулочної продукції; скороченням кількості спеціалізованих магазинів, які здійснюють реалізацію хліба і хлібобулочних виробів. З метою поглибленого вивчення і чіткої ідентифікації проблем розвитку торгівлі хлібом і хлібобулочними виробами, на основі застосування методів експертної оцінки встановлено, що основними факторами, які надають найбільш вагомого впливу на реалізацію хліба і хлібобулочних виробів, є: місцезростащування точок продажу хліба і хлібобулочних виробів; цінова політика підприємств; якість хлібобулочної продукції.

7. На основі аналізу потенціалу й перспектив розвитку цільового сегмента ринку запропоновано методичні рекомендації щодо розробки стратегії місцезростащування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами та методика остаточного вибору конкретної ділянки в межах обраного місцезростащування, що дозволяють підвищити ефективність функціонування підприємства в умовах конкурентного ринкового оточення та сприятиме досягненню цілей підприємства.

8. Обґрунтовано методичний підхід до формування ефективної цінової політики підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктів, який базується на виборі визначальних цілей формування політики; аналізі базових передумов визначення ціни; диференціації цілей цінової політики в розрізі товарних груп. В даному контексті рекомендовано систему методів визначення рівня торговельної надбавки залежно від обраного цільового сегменту ринку, відповідної мети цінової політики та моделі ціноутворення. Використання запропонованої процедури дозволяє досягти стійкого положення підприємства на конкурентному ринку завдяки формуванню та проведенню економічно обґрунтованої цінової політики в умовах невизначеності.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### *Статті у наукових фахових виданнях*

1. Калашніков В.М. Стан і тенденції розвитку ринку хлібобулочної продукції в Україні // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі: Зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2002. – Ч. 2. – с.212-217.
2. Калашніков В.М. Сучасні проблеми ціноутворення на хлібобулочну продукцію // Вісник ДонДУЕТ. – 2003. – № 4 (20). – с. 95-100.
3. Калашніков В.М. Стан, тенденції та проблеми розвитку хлібопекарської галузі в Україні // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі: Зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2004. – Ч. 2. – Т.1 – с.337-341.
4. Калашніков В.М. Динаміка обсягу та структури товарної пропозиції на ринку хліба та хлібобулочних виробів // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – Вип. 224. – Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – с. 514–521.
5. Калашніков В.М. Детермінанти товарної пропозиції хлібопекарських підприємств // Вісник хмельницького національного університету: Науковий журнал. – Хмельницький, 2007. – №1(88). – с. 104–114.
6. Калашніков В.М. Особливості ринку хліба та хлібобулочних виробів // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг Зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2007. – Вип. 1(5) – Т. 1. – с.500-507.
7. Калашніков В.М. Класифікація видів та форм роздрібною торгівлі// Вісник ДонДУЕТ: Науковий журнал. – Донецьк, 2007. – №3(35). – с. 124–132.
8. Калашніков В.М. Формування стратегії місця розташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – Вип. 230. – Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – с. 303–308.

### *Тези доповідей*

9. Калашніков В.М. Фактори, що впливають на обсяги попиту на хліб та хлібобулочну продукцію // Образование и наука без границ «2006»: Материалы II Международной научно-практической конференции (18-28 декабря 2006 г.) – Т. 3. – Днепропетровск: Наука и образование, 2006. – С. 51-54.

10. Калашніков В.М. Державне регулювання цін на хліб та хлібобулочні вироби: шляхи та наслідки // Матеріали другої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (21-23 грудня 2006 р.) – Ч. 1. – Київ, 2006. – С. 51-53.

11. Калашніков В.М. Вибір місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами // Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі: Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 40-річчю Харківського державного університету харчування та торгівлі (17 жовтня 2007 р.) – Ч. 2. – Харків, 2007. – С. 36-37.

### **АНОТАЦІЯ**

Калашніков В.М. Економіко-організаційні особливості розвитку роздрібною торгівлі хлібом та хлібопродуктами. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2008.

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних засад розвитку роздрібною торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

У дисертаційній роботі розкрито сутність та виокремлено особливості продовольчого ринку, уточнено економічну сутність ринку хліба та хлібобулочних виробів з визначенням його специфіки, систематизовано та надано змістовну характеристику сучасних форм і видів роздрібною торгівлі хлібом та хлібобулочними виробами.

Виявлено основні тенденції та проблеми розвитку хлібопекарської галузі, виокремлено особливості попиту на хліб та хлібобулочні вироби в різних сегментах товарного ринку, ідентифіковано фактори, що надають найбільш вагомого впливу на реалізацію хлібною продукції..

Запропоновано структурно-логічну схему процесу розробки стратегії місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами. Обґрунтовано теоретичні та практичні рекомендації щодо розробки ефективної цінової політики підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами в умовах конкурентного середовища.

Ключові слова: ринок, попит, пропозиція, хліб та хлібобулочна продукція, роздрібна торгівля, стратегія місцерозташування, цінова політика.

### **АННОТАЦИЯ**

Калашников В.Н. Экономико-организационные особенности развития розничной торговли хлебом и хлебопродуктами. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности), Харьковский государственный университет питания и торговли, Харьков, 2008.

Диссертационная работа посвящена обоснованию теоретико-методических основ развития розничной торговли хлебом и хлебобулочными изделиями.

В диссертации определены роль и значение продовольственного рынка как элемента потребительского рынка, выделены его особенности; выявлены основные причины ухудшения продовольственной безопасности и неустойчивого функционирования продовольственного рынка

Украины. Определены общеэкономическая роль и значения хлеба и хлебной продукции, конкретизирована экономическая сущность понятия «рынок хлеба и хлебобулочных изделий», выявлены его специфические особенности. Обоснована необходимость рассмотрения проблем развития рынка хлеба и хлебобулочных изделий на основе процессов, происходящих в розничном секторе. На основе систематизации наиболее важных признаков классификации определены современные особенности форм и видов розничной торговли хлебной продукцией. Предложено дополнить классификацию форм и видов торговли двумя критериями: по отраслевому признаку, по наличию (отсутствию) лага между производством и реализацией.

Выявлены основные тенденции и проблемы развития отрасли хлебопечения, проведено исследование производственного потенциала хлебопекарских предприятий. Опираясь на теорию и выбранные критерии сегментирования рынка установлена неоднородность рынка хлеба и хлебобулочных изделий и выявлены особенности спроса потребителей на этот вид продукции в разных рыночных сегментах. Предложено дополнить классические признаки сегментирования новым – диетическим. Исследовано современное состояние, тенденции и перспективы развития розничной торговли хлебом и хлебобулочной продукцией. Идентифицированы факторы, оказывающие наибольшее влияние на реализацию хлебной продукции.

Предложена общая структурно-логическая схема процесса формирования стратегии месторасположения предприятий отрасли, применение которой позволяет определять оптимальное пространственное размещение предприятий на основе оценки потенциала и перспектив развития целевого сегмента рынка, а также анализа параметров торговой зоны.

В рамках данного методического подхода предложен способ оценки вариантов общих мест размещения предприятий и конкретных участков в границах этих мест по определенным критериям, основанный на экспертных рейтинговых оценках.

Обоснованы теоретические и методические рекомендации по формированию эффективной ценовой политики предприятий розничной торговли хлебопродуктами в условиях конкурентной среды. Предложенный метод реализуется на основе исследований базовых предпосылок формирования цен и предлагается применять для формирования и реализации целей и задач предприятия в сфере ценообразования по каждому отдельному сегменту рынка и каждому товару на определенный период времени.

Разработки и предложения, изложенные в диссертации, дают возможность предприятиям розничной торговли хлебом и хлебопродуктами осуществлять адекватные действия для поддержания и укрепления рыночных позиций в стратегической перспективе.

Ключевые слова: рынок, спрос, предложение, хлеб и хлебобулочная продукция, розничная торговля, стратегия месторасположения, ценовая политика.

## ABSTRACT

Kalashnikov V.M. Economic-organizational peculiarity of bread and bakery products retail trade development. - Manuscript.

Thesis for competition of candidate of economic science degree by speciality 08.00.04 – economy and management of the enterprises (by kinds of economic activities), Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 2008.

The dissertation is devoted to the theoretical-methodical principles research of retail trade by bread and bakery products development.

In dissertation work the essence is opened and features of the food market are allocated, is specified of economic essence of the bread and bakery products market with definition of its specificity, the substantial characteristic of modern forms and kinds of bread and bakery products retail trade is systematized and presented.

The basic tendencies and problems of baking area development are revealed, the demand features of bread and bakery products in various segments of the commodity market are allocated and the factors which render the most powerful influence on bakery production realization are identified.

The structural - logic chart of development process of location strategy of bread retail trade enterprises is offered. It is proved theoretical and practical recommendations concerning development of an effective price policy of the bakeries retail trade enterprises in conditions of the competitive environment.

Keywords: market, demand, suggestion, bread and bakery products, retail trade, strategy of location, price policy.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників і  
розповсюджувачів видавничої продукції  
серія ДК № 2319 від 19.10.2005 р.

Відповідальний за випуск – Н.О. Власова

Підп. до друку 17.04.2008 р. Формат 60 x 84 1/16. Папір офсет. Друк офс.  
Обл. – вид. арк. 1,0 Умов. друк. арк. 1,2. Тираж 100 прим. Зам. № 93

---

Харківський державний університет харчування та торгівлі  
61051, м.Харків, вул Клочківська,333

---

ДОД ХДУХТ. 61051, Харків, вул. Клочківська, 333