

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНИХ ПРОДУКТОВИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ**

Розвиток ринкового механізму господарювання в економіці України сприяє суттєвим перетворенням в усіх сферах діяльності, в тому числі й торговельній галузі.

Роздрібна торгівля є одним з найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль в розвитку споживчого ринку, обслуговуванні населення, реалізуючи товари та задовольняючи постійно зростаючі потреби споживачів в різноманітних товарах та послугах, що супроводжують їх реалізацію.

Сьогодні український ринок роздрібною торгівлі продуктами харчування знаходиться у стадії динамічного розвитку, на ньому відбувається структурні зміни, пов'язані з виникненням та активним просуванням торгових мереж, появою нових агресивних гравців і розвитком прогресивних форматів торгівлі.

Виникнення бізнес-систем у вигляді торгових мереж, на наш погляд, пов'язано:

- з глобальним розвитком роздрібного ринку, в ході якого зростання конкуренції, зміна споживчих запитів та підвищення вимогливості покупців спричинили необхідність появи нових форм торгівлі;

- з намаганням торгових операторів отримати економічний ефект від інтеграції ресурсів і укрупнення форм організації бізнесу, який досягається за рахунок зменшення витратомісткості продаж і забезпечення високої віддачі з 1 кв.м. торгової площі.

Загальними перевагами функціонування торговельних мереж є:

- просторова мобільність, що дозволяє розмістити товар відповідно до територіального розміщення сегментів цільових ринків;

- асортиментна мобільність (відповідно до запитів споживачів);

- ефективність у сфері диверсифікованих видів діяльності;

- здатність забезпечити більш високий рівень управління за рахунок залучення кваліфікованих керівників і фахівців;

- зниження витратків на одиницю товару.

Характерними ознаками сучасного стану ринку роздрібною торгівлі продуктами харчування є: висока привабливість ринку для розвитку торгових мереж; відсутність кардинальних змін у складі

мережевих операторів; переважання вітчизняних бізнес-структур організації мережевої торгівлі; збільшення обсягів товарообігу, в основному, за рахунок екстенсивного зростання; стирання локальних меж розвитку мережених бізнес-одиниць; дефіцит якісних торгових площ та високі орендні ставки на торгові площі.

У ході проведеного дослідження виявлено основні тенденції розвитку продовольчих мереж, серед яких:

- укрупнення бізнесу за рахунок збільшення торгових об'єктів та роботи в одному або декількох форматах ;
- стирання локальних меж регіонального розвитку (просування мереж із «столичного» ринку в регіони);
- автоматизація процесів управління та контролю;
- зростання якості товарного асортименту на основі вивчення поведінки споживачів;
- диктат на виробниками та постачальниками;
- формування позитивного іміджу суб'єкту торгівлі за рахунок розширення переліку додаткових послуг;
- існування поряд з новими форматами торгівлі дрібного торговельного бізнесу і торгових ринків;
- активне впровадження інноваційних технологій у торговельній галузі;
- посилення уваги і активне використання гнучких цінових стратегій;
- розвиток власного виробництва та виробництва товарів під власною торговою маркою (private label).

Разом із тим, політична криза в Україні, нестійкість економічної ситуації, скорочення темпів росту економіки стримують розвиток підприємницьких бізнес-структур в роздрібній торгівлі продовольчими товарами. Потребує активізації процес формування ефективного економічного механізму саморегулювання та регулювання взаємодії державних органів на динаміку та вектор розвитку сучасних торгових форматів.

Досить серйозними проблемами, що спричиняють необхідність пошуку виходу з ситуації, що склалася, є: суттєвий дефіцит якісних торгових площ, складність отримання змелених ділянок під забудову, високі орендні ставки на торгові площі; недосконала нормативно-правова база діяльності суб'єктів підприємництва; відсутність доступу до довгострокового кредитування для більшості операторів роздрібною ринку; нерозвиненість інфраструктури споживчого ринку, ненасиченість ринку цивілізованих форматів торгівлі; орієнтація на екстенсивний шлях розвитку торговельних мереж.