

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ МЕРЕЖІ

Значною мірою тенденції ринку продовольчих товарів обумовлені розвитком роздрібно-торговельної мережі, як сукупності різноманітних торговельних підприємств й торговельних одиниць, які здійснюють продаж продовольчих товарів населенню. Роздрібна торгівля в цілому, та роздрібна торгівля продовольчими товарами після фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр. демонструють достатньо високі темпи розвитку, які перевищують рівень росту ВВП, що підтверджує важливе соціально-економічне значення даної сфери діяльності для економіки в цілому. Саме роздрібна торгівля, виконуючи посередницькі функції між виробником товарів та їх споживачами, впливає на обсяги та структуру виробництва відповідно до потреб та купівельної спроможності населення й тим самим забезпечує ринкові механізми регулювання. В свою чергу, їх дієвість та ефективність значною мірою залежить від розвитку роздрібно-торговельної мережі.

На даному етапі роздрібна продовольча мережа характеризується низкою позитивних тенденцій. Вже можна констатувати завершення етапу ринкової трансформації в сфері роздрібно-торгівлі, свідченням чого є подолання товарного дефіциту, структурні зміни за видами та розміром торговельних підприємств, формами власності, розвиток конкурентної ситуації. Позитивним є й той факт, що відбувається процес укрупнення роздрібно-торговельної мережі. Якщо у 2008 р. середня торговельна площа одного продовольчого магазину становила близько 160 м² (4145 тис. м² на 26011 об'єктів роздрібно-торгівлі), то у 2012 р. вона зросла до 210 м², (4676 тис. м² на 22256 об'єктів роздрібно-торгівлі). Внаслідок укрупнення торговельних підприємств зростають можливості забезпечити широкий та глибокий асортимент товарів, що сприяє більшому їх вибору; крім того розвиваються та запроваджуються прогресивні технології організації торгово-технологічних процесів, надання торговельних та додаткових послуг, інноваційних методів обслуговування. Сучасна роздрібна продовольча мережа представлена різними форматами торговельних підприємств, які утворюють роздрібно-торговельні мережі, що орієнтуються на різні сегменти ринку й диференціюються за рівнем обслуговування, характеризуються певними відмінними особливостями щодо використання маркетингових інструментів, методів торговельного менеджменту.

Не зважаючи на позитивні аспекти розвитку роздрібної продовольчої мережі, невирішеною проблемою залишається раціональна організація торговельного обслуговування оскільки склад та структура її за типами магазинів, розміром торговельної площі, спеціалізацією, розміщенням, технічним рівнем залишається неоптимальною.

Така ситуація склалася здебільшого через недостатнє державне регулювання роздрібної торгівлі, відсутність регіональних програм її розвитку. Внаслідок цього підприємці самостійно приймають рішення щодо відкриття того чи іншого магазину, засновуючись на власному досвіді, спираючись на інтуїцію, виходячи із наявності торговельних площ, розвитку конкурентної ситуації, наявних фінансових та матеріальних можливостей.

Якісна структура роздрібної продовольчої мережі наразі є незадовільною. Відкриття та розвиток сучасних форматів, таких як діскаунтери, супермаркети, гіпермаркети, торговельні центри, не вирішує проблеми структурної оптимізації. На ринку сьогодні значна кількість продовольчих магазинів працюють у приміщеннях, які не придатні та не призначалися для торговельної діяльності, наприклад, на перших поверхах житлових будинків. Ці магазини до того ж мають назви, що ускладнюють їх сприйняття покупцями, наприклад назви з використанням жіночих імен, назв квітів, тварин тощо. В таких магазинах нераціональними є розміщення торговельного обладнання, організація вузлів розрахунків; із порушенням норм зберігаються та реалізуються товари, мають місце випадки реалізації низькоякісних товарів, а також товарів із простроченим терміном реалізації. Все це зумовлює низький рівень якості торговельного обслуговування населення.

За цих обставин загострюється проблема раціоналізації розвитку роздрібної продовольчої мережі, її структурного та якісного упорядкування, виходячи із потреб населення у торговельних об'єктах та торговельній площі, певних форматах торговельних підприємств на визначеній території. Для вирішення зазначених проблем необхідно планувати розвиток роздрібної продовольчої мережі, при цьому активну роль у цих процесах повинні відігравати державні органи влади. Дієвим інструментом якого має стати формування та реалізація державних програм розвитку роздрібної торгівлі різних рівнів: національного, регіонального, місцевого, в яких мають бути обґрунтовані перспективи розвитку та порядок розміщення торговельних підприємств різних форматів.