



УДК 339.138

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РОЗДРІБНИХ МАГАЗИНІВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Студ. Ю.Ю. Холіна, гр. БМР 2-13

Наук. керівник доц. А.В. Яренко

Київський національний університет технологій та дизайну

Поліпшення економічної ситуації та зміцнення впевненості українського споживача в завтрашньому дні ведуть до збільшення попиту на споживчі товари й послуги роздрібною торгівлі. Нині споживач оптимістично оцінює економічне майбутнє країни. Хоч незначне проте зростання доходів, сприяло розширенню внутрішнього попиту, який поживав роздрібну торгівлю. Як наслідок, за результатами 2015 р., згідно з оцінками незалежних експертів реальний особистий дохід зріс на 29,6%, а споживчий попит — на 10%. Великі українські міста, особливо Київ, вирізняються значним прошарком багатих і заможних (середній клас) мешканців із стійкою орієнтацією на розширення споживання. Це стимулює розвиток роздрібного торгового сектора, який орієнтований на задоволення потреб споживачів-покупців цього прошарку. Іноземні та вітчизняні роздрібні торговці вважають, що український ринок має для цього значний потенціал.

Роздрібний бізнес суттєво відрізняється від оптового, починаючи від асортиментно-торговельної політики, сегменту ринку та закінчуючи представленням товару. Так, схема представлення товару, викладки в оптовій ланці мають на меті зручність роботи з великими обсягами. Тому в оптовому магазині стоять місткі й міцні складські стелажі висотою 6 метрів і вище; влаштовуються широкі проходи, у яких може проїхати автотранспортувач; підлога заливається асфальтом або бетоном тощо. Зовсім інша ситуація в роздрібному магазині. Тут усе робиться для покупця, для того, щоб якомога вигідніше представити йому товар. Індивідуальний дизайн, зручна викладка, спеціально розроблені схеми освітлення, добрий сервіс допомагають проводити час у магазині не тільки з користю, а й із задоволенням. Тут, наприклад, більше продукції високого ступеня готовності. Особливо престижно і приємно купувати товари у супермаркетах. На загальний стан роздрібною торгівлі в Україні, в умовах ринкової конкуренції, впливають, зокрема, такі фактори:

- відсутність дійової державної підтримки (оподаткування, надання приміщень, пільги по комунальних платежах). Разом з тим, питання якості і сертифікації продукції, що реалізується в роздріб, перебувають під ретельним контролем;
- невисокий рівень розвитку мереж місцевих та іноземних операторів (ритейлерів) роздрібного бізнесу.

Ринок практично вільний якщо йдеться про нові формати магазинів. Тому прямих зіткнень торговельних інтересів у найближчий період не передбачається. Обороти кожного окремого магазину залежатимуть виключно від того, наскільки підприємство привабливе для покупців. Основна об'єктивна відмінність українського ринку роздрібною торгівлі від західного: якщо останній насичений або близький до цього, та на вітчизняному ринку ніша сучасних торгових форматів практично вільна. Тому кількість операторів і торговельних підприємств зростає швидкими темпами. Крім того, створені у нас роздрібні компанії не мають чіткого формату. У переважній більшості магазинів, відкритих недавно, можна виявити відхилення від класичних правил світового ритейлеру, невідповідність тому формату, що декларується. Адже саме формати найбільш органічно відображають ті ефективні бізнес-моделі, які вже пройшли випробування часом і жорстким конкурентним середовищем. Вибір формату торгівлі – це вибір оптимального рівня рентабельності. У західних ритейлерів рентабельність бізнесу та будь-якої дії компанії на ринку прораховано дуже точно. В міру насичення ринку операторами, конкуренти змушують звертати увагу на ефективність торгового формату підприємства. А неминучий прихід на український ринок західних ритейлерів з їхнім великим досвідом у роздрібній торгівлі та інвестуванні підприємств надасть можливість вітчизняним підприємцям працювати ефективніше і цивілізовано на засадах співробітництва.