

Юлія Харкава, студентка

Науковий керівник - Шарко В. В., к.е.н., доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

На сучасному етапі розвитку економіки, торгівля займає важливе місце. Актуальність теми обумовлена закономірністю формування системи, за якою підприємництво роздрібною торгівлі стрімко набирає обороти і виконує значну роль у житті суспільства. В умовах збільшення обігу товарів і послуг у сфері торгівлі, зростання кількості суб'єктів ринку та посилення конкуренції у внутрішній торгівлі, характерного значення набувають тенденції розвитку роздрібною торгівлі.

Проблеми розвитку та регулювання роздрібною торгівлі в Україні досліджують такі науковці, як В. Апопій, Л. Балабанова, С. Бороздіна, А. Литвин, А. Мазаракі, Л. Омелянович та ін. Проте сучасні тенденції розвитку роздрібною торгівлі в Україні, зокрема зумовлені негативними наслідками фінансово-економічної кризи, потребують обґрунтування нових більш ефективних рішень у сфері державного регулювання її раціонального розвитку.

Роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг [1].

Роздрібна торгівля є початком для створення нового циклу виробництва і обігу, адже товар переростає в гроші. При роздрібній торгівлі товари переходять із галузі обігу у галузь колективного, індивідуального, особистого споживання, тобто стають володінням споживачів. Споживачі через роздрібну торгівлю певною мірою можуть задовільнити свої потреби, а роздрібна торгівля, враховуючи в своєму асортименті побажання покупців, може більше збути товарів і забезпечити собі торговельний прибуток.

Головним завданням роздрібних торговельних підприємств в сучасних конкурентних умовах на споживчому ринку товарів і послуг за залучення й розширення складу клієнтів і їх прибутків є вдосконалення продажу товарів та підняття якості обслуговування покупців.

Роздрібна торгівля виконує такі функції:

1. Сортування товарів. Роздрібна торгівля бере участь у процесі сортування, збираючи асортимент товарів від великої кількості постачальників і пропонуючи їх для продажу.

2. Інформування споживачів через рекламу, вітрини і написи, а також персонал; іншим учасникам каналу збуту виявляється сприяння в маркетингових дослідженнях.

3. Розміщення товарів. Роздрібна торгівля зберігає товари, встановлює на них ціну, розташовує в торгових приміщеннях і здійснює інші операції з товарами.

4. Оплата товарів. Зазвичай продукція оплачується постачальникам до її продажу кінцевим споживачам.

5. Завершення операції купівлі-продажу. При цьому використовують відповідне розташування магазинів і час їх роботи, кредитну політику і надання різних додаткових послуг [2].

Особливістю роздрібною торгівлі є вчасність та повнота реалізації виплат за товар. В ході її виконання момент отримання готівки співпадає з моментом відпуску товарів. При цьому ключовим завданням правильності ведення і відображення даних в обліку про наслідки торгівлі є контроль за достовірністю і повнотою відображення інформації про виконуваних розрахунки.

Можна виділити наступні принципи діяльності роздрібною торгівлі:

- рівність прав суб'єктів торговельної діяльності;
- дотримання прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності;
- добросовісна конкуренція;

- недопущення незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у діяльність суб'єктів торговельної діяльності;
- дотримання встановлених законодавством вимог щодо правил та норм торговельного обслуговування покупців [3].

Зважаючи на ситуацію, яка склалася на ринку роздрібно́ї торгівлі в останні роки можна виділити наступні тенденції її розвитку.

1. Регіональна експансія та глобалізація. Сучасна торгівля характеризується великою фінансовою потужністю, що обумовлює переважно екстенсивний шлях її розвитку, оскільки збільшення обсягів продажів суттєво обмежене колом покупців, враховуючи транспортний та часовий фактор. Саме тому характерною ознакою сучасного етапу розвитку роздрібно́ї торгівлі є постійне збільшення кількості об'єктів, формування торгових мереж спочатку – у межах міста, потім – регіону та країни в цілому.

2. Зміна форматних пріоритетів споживачів. Останніми роками активізувався розвиток невеликих торговельних об'єктів, які розташовані в центральній частині міст і на житлових масивах (формат “магазин біля будинку”). Це пояснюється переважно тим, що великі формати неефективні для щоденних покупок.

3. Посилення уваги до цінової гнучкості. Ціна товару, як відомо, є однією з детермінант успіху роздрібно́го торговельного підприємства. Сучасний споживач у своїй поведінці всі більше орієнтується на зниження своїх витрат.

4. Розширення додаткових послуг. Підвищення привабливості магазинів можливе не лише за рахунок цінової політики, а й шляхом збільшення контурів обслуговування, надання покупцям найбільш широкого переліку супутніх послуг. Це обумовлює суттєве зростання значущості сервісної політики в процесі управління діяльністю торговельного підприємства.

5. Підвищення якості товарного асортименту. При формуванні асортименту провідні світові компанії спираються на результати вивчення запитів покупців і враховують новітні тенденції, що притаманні поведінці сучасного покупця [4, с. 120-121].

Таким чином, роздрібна торгівля переростає в один із вирішальних чинників, який показує рівень життя населення та ефективність діяльності економіки країни. Варто зазначити, що роздрібна торгівля є сферою підприємницької діяльності щодо продажу об'єктів торговельної діяльності безпосередньо їх кінцевим споживачам. В останні роки структура роздрібно́ї торговельної мережі значно покращується, зменшується частка неорганізованої торгівлі, розвивається мережа дискаунтерів та гіпермаркетів, з'являються представники іноземних роздрібних торговельних мереж.

Список використаної літератури

1. *Облік в торговельних організаціях та ресторанному господарстві : навч. посібн. / Л. В. Нападовська, А. Алексеева, О. А. Бакурова та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 378 с.*
2. *Грабова Н. М. Бухгалтерський облік у торгівлі / Н. М. Грабова, В. М. Домбровський ; за ред. М. В. Кужельного. – К. : А.С.К., 2009. – С. 647–649.*
3. *Закон України "Про внутрішню торгівлю» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF7AB00A.html.*
4. *Шостак Р.С. Оцінка сучасного стану та розвитку торговельних мереж в Україні / Р.С. Шостак // Економічний простір. – 2013. – №56/2. – С.115-123.*